



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИКИ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
ОМСКИЙ ФИЛИАЛ ФИНАНСОВОГО УНИВЕРСИТЕТА ПРИ ПРАВИ-
ТЕЛЬСТВЕ РФ
ОМСКИЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР СО РАН
ОРОО ВОЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО РОССИИ
ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ ОМСКОЙ ОБ-
ЛАСТИ
ОТДЕЛЕНИЕ ПО ОМСКОЙ ОБЛ. СИБИРСКОГО ГЛАВНОГО УПРАВЛЕНИЯ
ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РФ
ГАННОВЕРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
ГОТФРИДА ВИЛЬГЕЛЬМА ЛЕЙБНИЦА (ФРГ)
УНИВЕРСИТЕТ СЫРДАРΙΑ (РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН)
РЕГИОНАЛЬНЫЙ СОЦИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН)
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. ШАКАРИМА Г.СЕМЕЙ (РЕС-
ПУБЛИКА КАЗАХСТАН)
ТАДЖИКСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ В Г.ПЕНДЖИКЕНТ (РЕС-
ПУБЛИКА ТАДЖИКИСТАН)
СЕВЕРО-КАЗАХСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ.
КОЗЫБАЕВА (РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН)

ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Часть II



МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ
25 АПРЕЛЯ 2019 г.

МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИКИ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
ОМСКИЙ ФИЛИАЛ ФИНАНСОВОГО УНИВЕРСИТЕТА ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ
ОМСКИЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР СО РАН
ОРОО ВОЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО РОССИИ
ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
ОТДЕЛЕНИЕ ПО ОМСКОЙ ОБЛ. СИБИРСКОГО ГЛАВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РФ
ГАННОВЕРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
ГОТФРИДА ВИЛЬГЕЛЬМА ЛЕЙБНИЦА (ФРГ)
УНИВЕРСИТЕТ СЫРДАРΙΑ (РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН)
РЕГИОНАЛЬНЫЙ СОЦИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН)
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. ШАКАРИМА Г.СЕМЕЙ (РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН)
ТАДЖИКСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ В Г.ПЕНДЖИКЕНТ
(РЕСПУБЛИКА ТАДЖИКИСТАН)
СЕВЕРО-КАЗАХСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. КОЗЫБАЕВА (РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН)

ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Часть II

**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ
25 АПРЕЛЯ 2019 г.**

УДК 330.11

П 64

П 64 ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ: Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов / Под ред. д.э.н., доц. В.А. Ковалева и д.э.н., проф. А.И. Ковалева. В 2 ч. Ч. II – г.Омск. 2019 – 350 стр.

ISBN 978-5-6042662-1-2

В сборнике публикуются доклады студентов бакалавриата, магистратуры и аспирантов, с которыми они выступали на традиционной конференции «Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации» 25 апреля 2019 г.

УДК 330.11

Ответственность за достоверность статистической информации, точность изложения фактов и цитат несут авторы докладов и статей. Концепции и подходы, оценки и суждения, изложенные в тезисах докладов и статьях, отражают исключительно точку зрения авторов и не могут рассматриваться как официальная позиция организаторов конференции.

ISBN 978-5-6042662-1-2



9 785604 266212

© Финансовый университет при Правительстве РФ
(г.Омск)

СЕКЦИЯ 7. ФАКТОРЫ НАУКИ И КУЛЬТУРЫ В ФИЛОСОФИИ ПАРТНЁРСТВА	9
Верещагина А.А., Зыкова Е.А. «БОДИПОЗИТИВ» КАК НОВАЯ ФИЛОСОФИЯ ТЕЛЕСНОСТИ	9
Дитерле А., Лешина Д. ПСИХОЛОГИЯ БЕДНОСТИ И БОГАТСТВА	12
Искакова А. ФЕНОМЕН КРАСОТЫ В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ	15
Коробкин Н.С., Фаттахова А.В. МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЕ РАЗНОГЛАСИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ РОССИЙСКОЙ СРЕДЕ	18
Косинцева О.А. ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕНТРА ИСТОРИИ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ Г.ОМСКА	22
Кузнецова А.А. ИЗ ИСТОРИИ РОДНОГО КРАЯ	25
Маковецкая Е.Н., Кийченко К.С. СИМУЛЯКРЫ УСПЕХА	29
Мухамодеева Г.З., Шкарлет Е.А. ГРАЖДАНСКАЯ ВОЙНА И ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА	31
Смешной М.И. РИМСКАЯ ЭЛИТА В V И VI ВЕКЕ	34
Стародумова А. ФЕНОМЕН ПРОКРАСТИНАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	37
Танская А.А., Шестакова Д.А. ОДИНОЧЕСТВО КАК ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УСПЕХА	41
Тимошенко Д.В. ФЕНОМЕН МОББИНГА	43
Черноусова В.А. ФЕНОМЕНОЛОГИЯ ПРИЧИННОСТИ ЛЖИ	46
СЕКЦИЯ №8. ФАКТОР ОБРАЗОВАНИЯ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ФИЛОСОФИИ ПАРТНЕРСТВА	49
Алексеева А.В. МИССИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В КОНТЕКСТЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ПОДХОДА	49
Армидонова М.Е. ПРОБЛЕМА НЕПРОСВЕЩЕННОСТИ НАРОДА В УСЛОВИЯХ ДЕМОКРАТИИ	54
Борщев Н.В. ТЕНЕВАЯ ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ	56
Воропаев К.А. МОТИВАЦИЯ КАК ФАКТОР УВЕЛИЧЕНИЯ ИНТЕРЕСА К ЗАНЯТИЯМ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ СРЕДИ СТУДЕНТОВ	59
Комаров М.С., Чернышов Д.А. СУИЦИД КАК УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	62
Куничкин А.М. ВЛИЯНИЕ ЗАГРЯЗНЕННОГО ВОЗДУХА НА ОРГАНИЗМ СПОРТСМЕНОВ	65
Куничкин А.М., Аширбагина Н.Л. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ	67
Никитина А.В. ТРАДИЦИИ СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЙ	70
Плахина Д.М., Крутов А.В. ВИДЫ БЕГА, ИХ ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗМ	74
Ракова Е.А., Крутов А.В. ШУМ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА	78
Редько Д.В. ВЛИЯНИЕ СОЛНЕЧНЫХ ЛУЧЕЙ НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА	83
Сернецкая А.В. ПРОБЛЕМА ДОПИНГА В СОВРЕМЕННОМ СПОРТЕ	86
Синицына А.Ю. ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ В СЕМЬЕ	90
Софиенко О. Д., Крутов А. В. КЛИМАТ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА	94

Тишкова Т.С., Крутов А. В. НАРКОТИКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЗДОРОВОЙ ЛИЧОСТИ	97
Трошина М.А. САМОКОНТРОЛЬ ЗА ФИЗИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ СОСТОЯНИЕМ ОРГАНИЗМА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	101
Турабаева А.М. НАСЛЕДСТВЕННОСТЬ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЗДОРОВЬЕ	104
Чумакова Д.Ю. ПРОНИКНОВЕНИЕ ПОЛИТИКИ В РАЗЛИЧНЫЕ СФЕРЫ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА	107
СЕКЦИЯ 9. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА	111
Александрова Д.А. Епифанова В.Е. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОМПОНОВКИ ДАННЫХ В 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ ПРИ СОЗДАНИИ БУХГАЛТЕРСКИХ ОТЧЕТОВ	111
Гавриленко Т.Ю., Григорец В.А. ПЛАТОНОВЫ ТЕЛА И МАГИЯ ЦИФР	114
Золотарев Д.С., Симатова А.Е. КОЭФФИЦИЕНТ ЭЛАСТИЧНОСТИ ФУНКЦИИ В ОЦЕНКЕ ДИНАМИКИ РЫНОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ	119
Олейник Е.С., Пермякова П.Е. ПОРТФЕЛЬ ИЗ ДВУХ АКТИВОВ	122
Рассказова А.Ю., Асланян Р.Р. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ	126
СЕКЦИЯ 10. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА	131
Акылбекова, А. М., Касырова А.Ж. ФЕДЕРАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ФСБУ 25/2018: НОВЫЕ ПРАВИЛА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА АРЕНДЫ	131
Базиль А.С., Кузьменко П.Е. УЧЕТ ОПЕРАЦИЙ С ДАВАЛЬЧЕСКИМ СЫРЬЕМ	135
Барт В.Ю. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	137
Горбунова Д.В. ВЛИЯНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ВЫБОР СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	140
Грабовская А.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ УЧЕТА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ЗАТРАТ	144
Гуржа И.И. ИЗМЕНЕНИЯ ОЦЕНОЧНЫХ ЗНАЧЕНИЙ	147
Калинина В.С. НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ: ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ	150
Кострыгина Е.О. ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПЛАНИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	153
Кривко А. В., Трошина М.А. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО СТАНДАРТА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ФСБУ «ЗАПАСЫ»	155
Мартияненко П.В. ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА КАК ОБЪЕКТ НАЛОГОВОГО УЧЕТА	160
Павелина Т.С. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАЛОГОВОГО УЧЕТА РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ	163
Посоюзная А.В. ОСОБЕННОСТИ ПРИЗНАНИЯ РАСХОДОВ БЕЗ ДОХОДОВ В НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ	165
Сальный А.Г., Винникова И.Е. ПРИМЕНЕНИЕ ИМИТАЦИОННЫХ БАЛАНСОВЫХ МОДЕЛЕЙ В АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА	168
Федотова Е.О. МЕТОДИКА АНАЛИЗА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ: АВТОРСКИЙ ПОДХОД	171

Филимонова К.В. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ НАЛОГОВЫХ КОНТРОЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ	176
Харченко Ю.Е. РАСЧЕТЫ ПО АККРЕДИТИВАМ. УЧЕТ И ПОРЯДОК. РАСХОДЫ	179
СЕКЦИЯ 11. КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В ФИЛОСОФИИ ПАРТНЕРСТВА	184
Alekseeva A. V., Sokur E. A. LEXICAL FEATURES OF POLITICAL DISCOURSE IN ENGLISH LANGUAGE: PROBLEMS OF VERBAL COMMUNICATION IN THE SPHERE OF INTERNATIONAL COOPERATION OF MODERN POLITICIANS AND EXPERTS IN THE FIELD OF PUBLIC ADMINISTRATION	184
Bazil A.S. POLITICAL CORRECTNESS AS A LANGUAGE PHENOMENON IN THE USA	189
Beloborodova V. V, Nikitenko T. V. ETHICAL FEATURES OF BUSINESS RELATIONSHIP MEN AND WOMEN	190
Berdov A.A. ENGLISH BORROWINGS IN THE SPHERE OF ECONOMIC MANAGEMENT	192
Iskakova A.M. ANGLICISMS IN MODERN RUSSIAN INTERNET LANGUAGE	196
Ganzha A.A. THE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON LEARNING ENGLISH IN UNIVERSITY	199
Kosintseva O.A. USE OF FILMS, POEMS AND SONGS FOR THE DEVELOPMENT OF LEXICAL SKILLS IN TEACHING ENGLISH LANGUAGE	202
Lapteva A.O. COMPARATIVE CHARACTERISTIC OF THE TWO ENGLISH LANGUAGES: THE BRITISH ONE AND THE AMERICAN ONE	204
Sandalkin A.A. FIFA WORLD CUP 2018 AS AN EXAMPLE OF SUCCESSFUL INTERNATIONAL COMMUNICATION	208
Sokur E.A., Voropaev K. A. ENGLISH – A GUIDE TO THE BUSINESS WORLD	210
Starodumova A. D. THE GLOBALIZATION OF THE ENGLISH LANGUAGE AND ITS INFLUENCE ON THE RUSSIAN LANGUAGE	212
Krivko A. V., Shikeeva E. Zh. ARE NEWSPAPERS DYING? THE FUTURE OF PRINT JOURNALISM REMAINS UNCLEAR	214
Vorobieva I.A. CLUSTERS AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF REGIONS	216
Zaytseva T.V. THE GLOBALIZATION OF THE ENGLISH LANGUAGE AND ITS INFLUENCE ON THE RUSSIAN LANGUAGE	220
Zykova E.N. MODERN YOUTH MOVEMENTS IN RUSSIA AND IN EUROPE	222
Нейбергер Е.С. ПРИМЕНЕНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ	225
Харченко Ю.Е. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АНГЛИЙСКИХ И РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК	228
Якунина А.Д. КУЛЬТУРА РЕЧИ И СОВРЕМЕННЫЙ СЛЕНГ МОЛОДЕЖИ	230
СЕКЦИЯ 12. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДОЛОГИЯ И ИНСТРУМЕНТАРИЙ МЕНЕДЖМЕНТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ	235
Аветисян М.В. TROUBLE-SHOOTER – НЕ ТРИВИАЛЬНЫЙ МЕТОД РЕШЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОБЛЕМ	235
Асташева Е.А. УСТРАНЕНИЕ ПРИЧИН КОНФЛИКТНОГО СТОЛКНОВЕНИЯ МЕЖДУ СОТРУДНИКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ	237
Аппельганц А.А. ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОГО ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ	240
Ахметова А.М., Шашкова А.С. РЕКЛАМА НА YOUTUBE И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	244

Баннова М.А. ВЛИЯНИЕ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	247
Бейсова А. Н. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССА СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ	250
Билялова Л.Р., Шлиппе И.И. ВЫЯВЛЕНИЕ РАЦИОНАЛЬНЫХ СФЕР ПРИМЕНЕНИЯ ЭВАКУАТОРОВ В ГОРОДЕ МОСКВА	254
Богословская С.Е. ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	259
Гринцевич Е.В., Комаров М.С. ЛУЧШИЕ СПОСОБЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ	262
Демкин В.О. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПЕРСОНАЛ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	265
Дьячкова Т.С., Политковская И.В. «ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА»	270
Задорожная Д.Е. АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В ЗДРАВООХРАНЕНИИ	273
Кайль В.Л. ПРЕДПОСЫЛКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В БИЗНЕС- ПЛАНИРОВАНИИ И ИХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ	277
Кулькова П.Д. ЖЕНЩИНА ЛИДЕР И РУКОВОДИТЕЛЬ	279
Кузнецова М.В., Безновская В.В. ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ТРАНСПОРТЕ	282
Лесняк Д.В. ОСОБЕННОСТИ ДИАГНОСТИКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЗАДАЧ	286
Машкин М.А. СТАТИСТИКА НЕКОТОРЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ	290
Меняйло Ю.С. БРЕНД. ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ПРОИСХОЖДЕНИЕ	293
Меньшикова А.О., Саликова О.А. ДОСТОВЕРНОСТЬ СУЩЕСТВОВАНИЯ СТЕРЕОТИПА О НЕВОЗМОЖНОСТИ ЖЕНЩИНЫ НА МЕСТЕ РУКОВОДИТЕЛЯ	296
Молдатаева А.Х., Тленова З. ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ИНТЕРНЕТ- МАГАЗИНАМ	299
Петрунькина В.С. ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И МЕТОДИКА ИХ ОЦЕНКИ	304
Проскурина А.С. СУЩНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РФ	306
Свидинская Я.В, Черных Д.Д. ПРОБЛЕМА НЕЗРЕЛОСТИ ПЕРСОНАЛА	310
Сидорова Е.В., Иванова В.А. ПРОБЛЕМА СТАРЕНИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ: ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА РАБОТНИКОВ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА	315
Сырцова М.С. СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ PUBLIC RELATIONS В РОССИИ	318
Шохирева Е.Г. ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КАТЕГОРИЙНЫХ ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ В СФЕРЕ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	321
СЕКЦИЯ 13. ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	327
Башкирова Н.П., Ляднова Д.С. ОПАСНОСТЬ УЧАСТИЯ В КРЕДИТНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВАХ НА ПРИМЕРЕ КПК «ЗОЛОТОЙ ФОНД»	327
Бердов А.А., Марков С.Н. БЮДЖЕТ ДЛЯ ГРАЖДАН – ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И СПОСОБ ВОВЛЕЧЕНИЯ УЧАСТИЯ ГРАЖДАН В БЮДЖЕТНОМ ПРОЦЕССЕ	329
Вилочкова Е.С., Прусова В.И. ЧЕРЕЗ КОНСТРУКТИВИЗМ К ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ	333

Волкова А.Д. ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	336
Сибилёва С.Д., Джойс Э.А. ПРОБЛЕМЫ БОРЬБЫ С КОНТРАФАКТНОЙ И ФАЛЬСИФИЦИРОВАННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ	339
Сташенко Е.А. К ВОПРОСУ О ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ РЕГУЛИРОВАНИИ МИКРОФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	342
Трифанова А.А. ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	345

СЕКЦИЯ 7. ФАКТОРЫ НАУКИ И КУЛЬТУРЫ В ФИЛОСОФИИ ПАРТНЁРСТВА

УДК 316.33

Верещагина А. А., Зыкова Е. А.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

«БОДИПОЗИТИВ» КАК НОВАЯ ФИЛОСОФИЯ ТЕЛЕСНОСТИ

Аннотация. Данная статья посвящена анализу содержания движения «бодипозитив»; автором анализируются основные причины, объясняющие возникновение данного явления, также раскрываются его специфические характеристики.

Ключевые слова: бодипозитив, феминизм, свобода самовыражения.

Vereshchagina A. A., Zyкова E. A.

Financial University (Omsk)

«BODYPOSITIVITY» AS A NEW PHILOSOPHY OF PHYSICALITY

Abstract. This article is devoted to the analysis of the content of the movement "bodipositiv"; the author analyzes the main reasons explaining the occurrence of this phenomenon, also reveals its specific characteristics.

Keywords: bodypositive, feminism, freedom of selfexpression.

Анализ происходящих в современном мире политических, экономических, социокультурных преобразований невозможен без понимания изменений, происходящих в самом человеке, его духовной и телесной идентичности.

В современном мире «тело», «телесность» человека рассматривается не просто как физическая данность, ценная сама по себе, а как особый культурный феномен. Подчиняясь строгим эталонам телесной красоты, навязываемым современной модой и рекламой, человек все больше убеждается в том, что залог популярности и успешности в самых разных жизненных областях, связан с понятием физической привлекательности. Современная культура все чаще неоправданно повышает значимость образа телесного Я и физической красоты человека. В большей степени это связано с женской идентичностью.

Исторически сложилось так, что именно «женщина репрезентируется через её тело и телесный опыт (развитие сексуальности, беременность и рождение детей). Традиционное представление об ассоциативной связи между конструктами «женщина» и «тело» сформировало стереотип о том, что важную ценность для женщины представляет именно её физическая привлекательность. В связи с этим даже нравственные качества женщины зачастую оцениваются исходя из того, отвечают ли ее размеры, рост, походка и облик общепринятому идеалу» [1, с. 145].

Проблема несоответствия реальной телесности и идеалам, которые культивируются в СМИ, приобретает у современных женщин экзистенциальное значение. В погоне за глянцевыми образами и формами, современные женщины все чаще переживают разочарование, внутренний конфликт и даже полное неприятие себя. Огромное количество пластических операций, увеличение заболевших анорексией – все это является прямыми следствиями существующей тенденции современной визуальной культуры.

Однако, на фоне жесткой пропаганды идеальных, глянцевого образа женской привлекательности и строгих «кукольных» стандартов, в современной реальности появилось новое движение – «бодипозитив».

Целью нашей статьи является рассмотрение основных идей, лежащих в основе такого современного движения как «бодипозитив»; также, авторами анализируются основные причины, возникновения данного явления и факторы его популяризации.

Данная цель реализуется в ряде задач:

- рассмотреть основные содержательные характеристики и идейные основания движения «бодипозитив»;
- обозначить основные исторические и социокультурные причины возникновения движения «бодипозитив» в контексте идей феминизма;
- провести эмпирическое исследование в форме опроса и проанализировать полученные результаты

«Бодипозитив» (от англ. body positive) – феминистическое движение, направленное на принятие собственного тела и разрушение негативных стереотипов общества по отношению к людям, чья внешность отличается от общепринятого стандарта) [2, с. 176]. Сегодня бодипозитив пропагандирует новую моду, новую культуру телесности под девизом «моё тело – моё дело». Главная идея этого движения заключается в том, что каждый человек имеет право быть таким, какой он есть, в контексте тех физических данных, которыми он обладает. Главная цель философии бодипозитива – это стремление к уважительному восприятию любой физической внешности. Речь идет не только о лишнем весе, но и измененной внешности вследствие болезни, травмы или личного решения самого человека.

Бодипозитив возникает как новое общественное движение в контексте феминизма. Именно феминистки во всеуслышание заявили, что женщина – это не сексуальный объект, а личность.

Первая волна феминизма связана с концом XIX-го – началом XX-го века. Центральными фигурами выступают суфражистки – участницы движения за предоставление женщинам избирательных прав, иными словами, главный вопрос этой волны - неравенство женщин и мужчин в своих политических правах. Реформируется область права и политики, происходит борьба за возможность получать образование, предпринимается попытка обретения прав собственности.

Феминизм второй волны приходится на 60-е годы XX века. Предлагается новое, более широкое понимание неравенства. Феминистки этого периода утверждают, что несправедливость проявляется не только в узаконивании, легализации прав, а скрывается в самом обществе и его устройстве. Внимание привлекает организация мужского и женского взаимодействия, гендерные стереотипы, двойные стандарты традиционной патриархальной культуры. Почему же в равноправном государстве, процент женщин в парламенте меньше? Почему домохозяйка приравнивается к «бездельнице» и недооценивается в сравнении с оплачиваемым трудом в сфере производства? Почему переживания женщины в отношении её тела (менструация, беременность) – конфиденциальная информация? На гребне этой волны поднимаются вопросы домашнего насилия и сексуальных домогательств.

Яркой фигурой этого периода феминизма является американская журналистка Бетти Фридан, опубликовавшая в 1963 году свою книгу «Загадка женственности», в которой был полностью опровергнут миф о том, что занимаясь рутинной домашней работой можно оставаться счастливой. Она показала, что замкнутые «в уютном концлагере своей семьи» женщины страдают от невозможности реализовать свои интеллектуальные и творческие способности. Книга оказала огромное влияние на умонастроение женщин, стала мировым бестселлером, а сама Фридан стала лидером женского движения, которое насчитывало более 250 тысяч последовательниц.

Представительницы второй волны феминизма подчеркивали, что равные права не дают гарантии равных возможностей. Это движение ставило перед собой задачу дать женщинам высказаться, обнаружить неравенства, встречающиеся на их жизненном пути.

Зарождение третьей волны феминизма приходится на 1990-е годы. Понимание неравенства полов приобретает масштабное значение. Мужчины и женщины все меньше воспринимаются как однородная группа, которая может разделять друг с другом похожие эмоции, чувства, переживания, а также интересы.

Если феминизм второй волны делал акцент дискриминации женщин на практике, в реальной повседневности, то ключевым проявлением третьей волны являются рассудок и логика,

ограничивающие наши представления о себе и других. Причина гендерного неравенства заложена глубоко в нашем мышлении, которое подчинено двоичности восприятия, разделяющее мужественность и женственность, рассудок и эмоции, гендерную норму и отклонение от нее.

Третья волна продолжает свое существование и сейчас. Одной из новых идей современного феминизма стала идея бодипозитива, который появился в 1996 году.

Организаторами движения «The Body Positive» стали Конни Собчак и Элизабет Скотт. Конни была психотерапевтом и специализировалась на пищевых расстройствах, а Элизабет ими страдала. Они начали объединять женщин, которые сталкивались с проблемами принятия себя, своих привычек, своего внешнего вида, которым приходилось противостоять общественному мнению, критике, непринятию и дискриминации. Многие женщины в попытке достичь идеальных форм лишались здоровья, а иногда и жизни (сестра Элизабет тоже страдала от пищевого расстройства и умерла). Со временем движение получило широкую поддержку во всем мире. Под его знамена встали те, кто имел врожденные или приобретенные особенности тела: лишний вес, растяжки после беременности, целлюлит, шрамы, родимые пятна, веснушки, альбинизм, и другие нарушения пигментации, непропорциональную фигуру, неидеальную улыбку, проблемную кожу, заболевания, которые наложили отпечаток на внешность и т.д.

Философия бодипозитива основывается не на борьбе женщин со своими недостатками, а на принятии своей телесности. Бодипозитив нацеливает женщину на внутреннюю работу, переоценку самой себя, и это достаточно непросто. Сложность заключается и в том, что на самом деле женщины огромное влияние оказывает мужчина, его стереотипы и предрассудки.

В рамках изучения данной темы было проведено эмпирическое исследование в форме опроса среди студентов разных курсов Финансового университета при Правительстве РФ возрастной категории от 18 до 26 лет. В опросе приняли участие 80 респондентов. Главной целью исследования было выяснение отношения респондентов к основным идеям движения «бодипозитив». Так, по результатам опроса, большая часть студентов выразила нейтральное отношение к идеям бодипозитива – 59,4%. Интересен тот факт, что доля положительно и отрицательно настроенных респондентов к бодипозитиву оказалась одинаковой – 15,6%.

В сравнении с западными странами, в России идеология бодипозитива является в меньшей степени популярной. Этот факт находит свое объяснение в исторических и культурных традициях. Европейский и американский либерализм, идеи политической свободы, личностных гражданских прав стал основанием и мировоззренческой предпосылкой к борьбе за гендерное равенство.

В российском обществе, основанном на традиционных патриархальных ценностях, подобные идеи внедряются с трудом. Гендерные стереотипы, связывающие маскулинность с такими качествами как мужество, воля, интеллект, профессионализм; а феминность – прежде всего, с физической привлекательностью и сексуальностью, играют большую роль и в современном обществе.

Можно сказать, что философия бодипозитива – это своего рода социокультурный протест женщин, целью которого является борьба против навязанных стандартов красоты. Его возникновение вполне обосновано тем, что в нашем обществе подвергаются унижению и дискриминации люди, чья внешность не вписывается в общепринятые рамки.

Список используемых источников:

1. Карабина, Ю. С. Эталон физической привлекательности как социокультурный фактор образа телесного Я у женщин [Текст] / Ю. С. Карабина // Вестник КГУ им. Некрасова. – 2010. – № 4. – С. 144 – 148.
2. Грахова, И. А., Дрынть, Я. А. Анализ социальной сети INSTAGRAM как инструмента формирования общественного сознания [Текст] / И. А. Грахова, Я. А. Дрынть // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017. – № 3. – С. 175 – 177.

ПСИХОЛОГИЯ БЕДНОСТИ И БОГАТСТВА

Аннотация. Данная статья посвящена анализу влияния психологических факторов на модели экономического поведения. Делается попытка раскрыть содержание понятий «психология бедности» и «психология богатства»

Ключевые слова: психология бедности, психология богатства.

Diterle A., Leschina D.
Financial University (Omsk)

THE PSYCHOLOGY OF POVERTY AND WEALTH

Abstract. This article analyzes the impact of psychological factors on the model of economic behavior. An attempt is made to reveal the content of the concepts "psychology of poverty" and "psychology of wealth»

Keywords: psychology of poverty, psychology of wealth.

Современные исследования все чаще свидетельствуют о том, что экономическое поведение людей далеко не всегда строится на основе чисто рациональных установок. На особенности экономического поведения каждого отдельного человека оказывают влияние такие факторы, как исторические традиции, ценностные ориентиры, уровень грамотности, правосознания и т.д. Особое значение в этом ряду факторов имеют и психологические особенности, которые выражаются в специфическом образе мышления, особенностях мотивации, деятельности, самооценки человека. Действительно, «в реальные процессы все ошутимее вторгается эмоциональный, психологический фактор: именно он часто играет решающую роль, приводя к превалированию эмоциональных оценок над диктуемыми экономической логикой решениями» [2, с.103].

Целью данного исследования является попытка выяснить, в какой мере экономическое поведение людей, а как следствие их благосостояние, складывается под влиянием психологических факторов? В какой степени тот или иной образ мышления и мировоззренческие установки человека могут предопределить его финансовый успех или неудачу. Возникает вопрос: насколько обосновано можно использовать такие понятия как «психология бедности» и «психология богатства» и каково их содержание? Обуславливают ли разные типы психологии те или иные модели экономического поведения: склонность к потреблению или к сбережению; склонность к риску или его отсутствие; психологическое доверие или недоверие к экономическим институтам?

Бедность, это многомерное явление, оно является результатом влияния множества экономических, социальных, психологических и культурных факторов. Прежде всего «бедность – характеристика экономического положения индивида или группы, когда они не могут сами оплатить стоимость необходимых благ» [1, с 398].

Бедность – это состояние нужды, нехватки жизненных средств, не позволяющее человеку удовлетворить определённый круг минимальных потребностей, необходимых для жизни. Феномен бедности имеет не только экономическое измерение, но и социально-психологическое, поскольку бедность связана с определённым образом мышления, ценностными ориентирами и мировоззренческими установками. Для бедного характерным оказывается определённый образ мышления, при котором все действия человека приводят его либо к потере денег, либо не позволяют ему зарабатывать больше определенной суммы за период. Из каких мировоззренческих установок и мотивов складывается психология бедности?

Во-первых, особенностью мышления человека с психологией бедного присуще обостренное чувство несправедливости. В своем бедственном положении бедный винит всех, кроме

него. Не имея навыка принимать самостоятельные и правильные решения, он упрекает государство и законы, семью и друзей, начальника и коллег, жизненные обстоятельства. Подобные объяснения формируют заниженную самооценку человека, «комплекс жертвы». Как следствие, появляется неуверенность в собственных силах и способностях заработать больше и разбогатеть, страх потерять свои сбережения усиливается. Более того, человек становится менее целеустремленным. Мечтая о деньгах и ничего не предпринимая, он остается в прежнем положении. Богатые и успешные, скорее вызывают у человека с психологией бедности не уважение, а раздражение и зависть. Он считает, что другим повезло больше, чем ему, перекладывая ответственность за свои поступки, безделье, выбор работы, не приносящей удовольствия и достаточного дохода.

Во-вторых, психологии бедного присущи стереотипы, в частности связанные с деньгами. Он убежден, что заработать большое количество денег можно лишь нечестным путем, грабя, применяя незаконные методы. Он верит, что много денег делают человека мелочным, жадным, расчетливым. Эти убеждения значительно ограничивают человека в его поступках и даже мыслях. Он замотивирован на «избегание неудач», нежели на «достижение успеха». То есть, мышление нацелено на поиск идей, как сберечь свои деньги, а не как создать активы, которые в свою очередь принесут дополнительный доход.

Человеку с психологией бедного сложно управлять своими денежными средствами, он не обладает финансовой грамотностью. Неумение контролировать расходы и доходы, непонимание того, на что тратятся деньги, возможен ли дополнительный доход и как его осуществить – все это слагаемые экономического неуспеха человека. Нерационально распределяя свои усилия, человек упускает возможность выгодно вложить определенную сумму в дело, обучиться новому, повысить свою финансовую грамотность.

Также важно отметить, что люди с небольшим капиталом стараются выглядеть и казаться лучше, чем они есть на самом деле. Это связано с низкой самооценкой и неуверенностью в своих возможностях. Покупая дорогие вещи, автомобили, человек пытается подняться в глазах окружающих. Мнение общества становится важнее, чем собственное представление о себе.

Другим типом мышления является психология богатства, главные характеристики которой во многом противоположны психологии бедности.

Одним из главных отличий является то, что человек с психологией богатства умеет планировать свою жизнь. Эффективным способом постановки целей является ставить SMART-цели (конкретная, достижимая, измеряемая, значимая, ограниченная во времени). Такой метод позволяет людям достигать то, чего они желают и получать от этого удовольствие. Еще одна особенность психологии богатства состоит в умении позитивно мыслить, видеть в провалах не ограничения, а новые возможности. Для успешных личностей неудачи становятся дополнительным стимулом к последующим действиям. В этом проявляется уверенность в себе. Такие люди знают свои сильные и слабые стороны, умеют акцентировать внимание на своих достоинствах, а недостатки превратить в положительные моменты или умолчать о них. Они учатся на своих и чужих ошибках, что расширяет их знания и опыт.

Человек с психологией богатства стремится к саморазвитию на протяжении всей жизни: получает дополнительное образование, которое необходимо в определенный момент времени, работает над собой, повышает финансовую грамотность. Человек с таким образом мышления относится к другим успешным людям не с презрением и завистью, а скорее с уважением и восхищением. «Если другой смог, то у меня тоже получится».

Принципиально разным у богатых и бедных оказывается отношение к деньгам. У богатых деньги активны; у бедных – пассивны. Для человека с психологией богатого деньги являются инструментом получения новых средств и достижения финансовой независимости. Этот факт описывает фраза «Деньги работают на нас, а не мы ни них». То есть состоятельные личности преследуют цель вложить деньги в активы, которые в последствие будут приносить доход. Для бедных деньги, как правило, сразу превращаются в товар.

В рамках изучения данной темы было проведено эмпирическое исследование в форме опроса, в котором приняли участие 75 человек разного пола и возраста. В анкету были включены вопросы, касающиеся таких тем, как личное отношение к деньгам, финансовому образованию и оценка своего материального состояния на данном этапе жизни. По итогу опроса было установлено, что большинство респондентов (81%) имеют мировоззренческие позиции и установки, сходные с психологией бедности. Большинство респондентов не считают деньги инструментом достижения финансовой свободы, не готовы тратить время на дополнительное образование. При этом, многие из опрашиваемых лишь мечтают о богатстве, не предпринимая никаких действий, не составляя планов, не занимаясь саморазвитием. Мнение окружающих часто оказывается намного важнее, чем собственная оценка, что говорит о неуверенности в себе и своих силах. Важно заметить, что гендерные различия респондентов не отразились в результатах исследования. На тип мышления намного сильнее оказали воздействие такие факторы, как воспитание, примеры семьи и установки, заложенные в детском и подростковом возрасте.

Суметь изменить свое мышление, мировоззренческие установки и цели жизни – тяжелый труд, но в истории есть множество доказательств, подтверждающих это. Одна из самых успешных женщин современности, Опра Уинфри, американская телеведущая, актриса, общественный деятель, родилась в небогатой семье. Детство Опры было суровым, она подвергалась унижениям в семье, в обществе, сумела это преодолеть и достигнуть жизненного успеха. Благодаря своему характеру, огромному желанию и трудолюбию, в семнадцатилетнем возрасте смогла стать первой темнокожей телеведущей Нэшвилла. Несмотря на все трудности, встречающиеся на пути Опры Уинфри, она шла вперед, не позволяла стереотипам загонять себя в рамки. Сейчас она одна из самых богатых и успешных женщин планеты. Сама Опра говорит: «Совершенно неважно кто ты, откуда пришел, как выглядишь. Самые большие успехи и победы заложены внутри тебя».

Как изменить свое мышление, чтобы прийти к успеху? Существуют определенные методы, которые позволяют перестроить наше мировосприятие и поведение.

Первый и самый значимый шаг – повышать свою финансовую грамотность: изучение рынков, получение навыков инвестирования, ведение учета расходов и доходов, планирование бюджета, приобретение активов. Способность умело распоряжаться собственными средствами, грамотно подходить к вопросам траты денег в скором времени наилучшим образом скажется на вашем финансовом положении. Важно находить и видеть возможности для накопления опыта и знаний, знакомства с людьми, которые повлияют на вашу мотивацию. Искусство рисковать – еще один шаг на пути к материальной независимости. Следует изменить свою установку: перестать бояться неудач и сконцентрироваться на реальной цели.

Немаловажным шагом является и принятие ответственности за свои поступки и действия. Необходимо понимать, что только сам человек может изменить свою жизнь и никто другой. Для этого следует пересмотреть цели и разработать план, стратегию, которая принесет новые возможности.

На основании всего вышеизложенного можно заключить, что образ мышления бедных и богатых имеет существенные различия, от которых зависят не только мысли и поступки людей, но и их финансовый и жизненный успех.

Список используемых источников:

1. Елисеева, И.И. Социальная статистика [Текст] / И.И.Елисеева. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 480 с.
2. Соколинский, В.М. Экономическая психология (спецкурс) [Текст] / В.М. Соколинский // Российский экономический журнал – 1997. – № 8. – С. 102 – 107.

ФЕНОМЕН КРАСОТЫ В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ

Аннотация. В данной статье делается попытка рассмотрения основных эстетических характеристик женских образов в контексте исторического анализа. Обосновывается мнение о том, что в современных условиях глобализации происходит тенденция к унификации стандартов красоты.

Ключевые слова: физическая привлекательность, стандартизация красоты.

Iskakova A.
Financial University (Omsk)

THE PHENOMENON OF BEAUTY IN THE CONTEXT OF HISTORICAL CHANGES

Abstract. This article attempts to consider the main aesthetic characteristics of women's images in the context of historical analysis. The opinion that in modern conditions of globalization there is a tendency to unification of standards of beauty is proved.

Keywords: physical attractiveness, standardization of beauty.

Во все времена, во всех сообществах особая ценность придается женской красоте. Тот или иной образ «красивой» женщины неизменным образом формируется под влиянием целого ряда факторов: исторической ситуации, идеологии, ценностных ориентиров, моральных норм, эстетических представлений в обществе. Несмотря на различные попытки дать универсальное определение физической привлекательности, становится очевидным, что в разных культурных традициях существуют свои, уникальные характеристики и эталоны красоты.

Целью данной статьи является попытка рассмотрения основных эстетических характеристик женских образов в контексте исторического анализа. Также, обосновывается гипотеза о том, что в современных условиях глобализации происходит тенденция к унификации стандартов красоты в разных культурах.

В современном мире все больше усиливается влияние визуальной культуры. Средства массовой информации через моду и рекламу демонстрируют «глянцевые образы» привлекательных мужчин и женщин, которые задают эталоны и социальные стереотипы красоты. Все это формирует небывалый интерес к проблемам образа «телесного Я» и физической привлекательности.

Современный человек обеспокоен не только проблемами экономического благополучия и самореализации, но и вопросами своей внешности и ее соответствия современным представлениям об идеальном внешнем облике. Это объясняется тем, что «тело человека уже давно представляет собой не просто физическую данность от природы, которая ценна сама по себе, а новое культурное образование, подчиняющееся постоянно изменяющимся эталонам красоты, навязываемым целой индустрией СМИ и шоу бизнеса». Физическая привлекательность стала для современного человека неизменным атрибутом успешной личности и важным критерием для формирования собственной самооценки.

Феномен красоты связан со множеством культурных стереотипов и имеет важные социальные последствия. Так, например, физическая привлекательность нередко связана с восходящей экономической мобильностью, особенно для женщин. У привлекательных людей больше шансов сделать быструю карьеру, поскольку внешняя красота ассоциируется с другими личностными положительными качествами, как профессионализм, ответственность, интеллект, оптимизм и др.

В сфере личных отношений фактор привлекательности также имеет большое значение. Красивые люди более популярны у представителей противоположного пола, имеют больше друзей,

легче заводят знакомства. Существует мнение, что социальные стереотипы в отношении внешней привлекательности имеют биологическую основу. Эволюционно в нашем сознании заложено, что красота – свидетельство высокого качества генов ее обладателя, а значит гарант здорового потомства.

Большинство исследователей едины в том, что культура каждого конкретного общества конструирует свой определенный эталон физической привлекательности. У разных народов в разные исторические эпохи каноны красоты весьма различались.

У древнеегипетской красавицы должны были быть большие миндалевидные глаза, прямой тонкий нос и полные, четко очерченные губы. Египтянки, стремясь походить на эталон, прибегали к различным манипуляциям со своей внешностью: закапывали в глаза экстракт цветка белладонны для придания блеска и расширения зрачков, лицо протирали соком ириса. Это вызывало сильнейший кожный зуд, но как следствие появлялся желанный румянец. В Древнем Египте было принято пользоваться косметикой, причем, чем больше косметики было нанесено, тем красивее считалась дама. Особое значение в макияже придавалось глазам.

Древнекитайские красавицы должны были быть маленького роста, миниатюрными лotosовыми ножками, которые достигались при помощи практики перебинтовывания ступни еще в раннем детстве. Одним из элементов древнекитайской моды были сложные прически, сделав которые, женщины предпочитали спать неподвижно, положив голову на специальные дощечки. Для того, чтобы выработать такую привычку китайских девочек во время сна нередко привязывали к кровати.

В средние века в европейской культуре основой мировоззрения была христианская религия. Все сферы жизни человека, в том числе и эталоны внешности обуславливались церковными правилами. Телесная красота не подчеркивалась и уступала место красоте духовной. Привлекательными считались худоба и бледная кожа. В погоне за красотой средневековые женщины прибегали к различным средствам, которые не всегда были безопасными. Так, например, чтобы добиться бледности кожи женщины делали кровопускания.

В эпоху Возрождения худоба уступает место пышным формам. Тело человека стало восприниматься не только как греховная плоть, но и как предмет искусства. .

В XIX веке в моду вошла естественность и простота. Косметического эффекта девушки достигали с помощью натуральных средств: уксус создавал бледность, а земляника, наоборот, румянец. По-прежнему важнейшим атрибутом красоты была белая нежная кожа. Все стали носить корсеты, которые помогали исправить недостатки фигуры [1].

В XX же веке тенденции моды изменялись каждые десять лет и эти изменения соответствовали самому характеру времени и историческим событиям.

В современной реальности процессы глобализации затрагивают не только экономические и политические процессы, но и социокультурные отношения. В информационном мире происходит сближение наций во многих отношениях, включая культурную интеграцию. Всемирная паутина и современные средства коммуникации позволяет транслировать всему миру определенные ценности и идеалы, в том числе и стандарты красоты.

Наиболее характерные тенденции к изменению традиционных восточных стандартов красоты проявляются в современной южнокорейской культуре. Новыми ориентирами физической привлекательности становятся европеоидные черты лица: большие глаза, узкий нос, светлые волосы. Этот факт подтверждается небывалым спросом на пластические операции. Подвергают себя пластическим манипуляциям как юные кореянки, так и зрелые женщины, чтобы сохранить молодость. Привлекательная внешность с европеоидными чертами становится своеобразным культом, новым эталоном «евразийской внешности», который агрессивно навязывается новыми культурными стереотипами [2].

Исследователи полагают, что в этом контексте можно говорить о проявлении «де-ориентализации» красоты в странах восточной и юго-восточной Азии. Традиционные восточные факторы привлекательности уступают место европейским стандартам. В традиционной культуре Китая, Кореи, Японии, других стран юго-восточной Азии одинарное веко было не только нор-

мой, но и идеалом красоты. Так, например, во времена правления династии Цин в Китае небольшие и раскосые глаза были самыми прекрасными, а большие никого не привлекали. Еще на протяжении нескольких столетий подобное мнение преобладало и в других регионах Азии.

Все изменилось в XX веке. Вместе с падением китайской империи и увеличением числа европейцев в регионе, происходило все большее проникновение идей, норм, ценностей европейской и американской культуры. Это коснулось и моды на европеоидную внешность.

Слияние европейских и восточных черт привело к формированию нового типа красоты, который стали обозначать как евразийский или паназиатский. Культ евразийской внешности царит во всем азиатском регионе. Почему стандарты европеоидной внешности стали популярными в странах Востока?

Одно из объяснений исследователи находят в истории колониального прошлого многих восточных стран. Считать, что европейская внешность превосходит красоту азиатов – это часть постколониального менталитета. За долгие годы сформировался стереотип о том, что европейские колонизаторы, как представители развитой культуры, выглядят более привлекательными, а «отсталые» этнические группы считаются не столь красивыми. Широко распространенный европейский колониализм XIX-го века оказал огромное влияние на все сферы жизни азиатского общества, в том числе и на новые стандарты привлекательности.

Рост мировой индустрии красоты был тесно связан с новой волной глобализации, которая началась в XIX веке. С середины XIX-го века множество фирм, в основном базирующихся в западных странах, пережив свои собственные промышленные революции, пересекли границы и наладили поставки в зарубежные страны. Например, такие известные парфюмерные дома, как River, Guerlain и Rimmel создали крупный экспортный бизнес по всему миру. Поскольку фирмы рекламировали свои бренды путем использования европейских образов, происходило распространение идеалов красоты западной культуры. Новый импульс унификации стандартов произошел вследствие увеличения популярности Голливуда. Американская киноиндустрия ежегодно насаждала определенные представления о необходимых параметрах привлекательности. На сегодняшний день популяризация идеалов еще более обширная в связи с распространением Интернета

Рассмотрев стандарты красоты в разные эпохи, мы можем утверждать, что идеалы формировались под влиянием исторических, социальных и экономических факторов. На данном этапе развития общества глобализация проникает во многие аспекты жизни человечества, в том числе изменениям подвержена духовная сфера и сфера красоты, в частности. Унификация идеалов красоты происходит под воздействием глобальных средств массовой коммуникации, глобализационный процесс способствует стандартизации и универсализации западной модели женской красоты во всем мире.

Список используемых источников:

1. Егорова, С. И., Бобрихин, А. А. Красота и нормативная внешность в условиях глобализации [Текст] / С. И. Егорова, А. А. Бобрихин // XXI век – век дизайна: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Екатеринбург. – 2014. – С. 66 – 71.
2. Нагорнова, Е. Е. Женская красота в зеркале времен [Текст] / Е. Е. Нагорная // Аналитика культурологии. – 2015. – № 2. (32). – С. 114 – 118.

МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЕ РАЗНОГЛАСИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ РОССИЙСКОЙ СРЕДЕ

***Аннотация.** В работе проанализирована ситуация в вопросе межнациональных отношений в молодежной среде. Рассмотрены факторы, влияющие на данную ситуацию в современном мире, приведены данные некоторых исследований. Рассмотрена роль ксенофобии в данном вопросе. Предложены возможные способы решения рассматриваемой проблемы.*

***Ключевые слова:** межнациональные конфликты, молодежь, ксенофобия.*

Korobkin N.S., Fattahova A.V.
Financial University (Omsk)

INTERNATIONAL DISAGREEMENTS IN THE YOUTH RUSSIAN ENVIRONMENT

***Abstract.** The paper analyzes the situation in the issue of interethnic relations in the youth environment. The factors affecting this situation in the modern world are considered, the data of some studies are presented. The role of xenophobia in this issue is considered. Possible solutions to the problem under consideration are proposed.*

***Keywords:** ethnic conflicts, youth, xenophobia.*

Изучая различные ресурсы, отражающие количество конфликтов в молодежной российской среде за конец XX и начало XXI века, основанных на межнациональных разногласиях, и наблюдая подобные ситуации своими глазами, можно сделать вывод, что их число только растет. Отметим, что на сегодняшний день эта проблема до сих пор является актуальной и нерешенной.

Во внутренней политике нашего государства на данный момент одним из главных вопросов является межнациональные отношения среди молодежи, которые влияют на такие важные моменты, как стабильность и единство всего Российского государства. В «Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации» на период до 2025 г. определены цели и задачи в решении вопросов урегулирования и установления гармоничных межэтнических отношений в молодежной среде, воспитания патриотизма, повышения образования, а также формирования гражданской идентичности у российского юношества [1]. Ведь современная молодежь, бесспорно, является значимым слоем общества, который обладает социальной активностью и большим потенциалом и от реализации которого зависит многое в будущем нашей страны. Сделаем вывод о том, что формирование культуры межнационального взаимодействия и установление гармоничных межэтнических отношений среди молодежи имеет огромное значение в современной России. Молодежь как носитель новых функций в обществе имеет потребность в ином воспитании в результате фундаментальной трансформации мира. Именно молодежь чувствует последствия различных кризисов, включая экономические и социальные. Она же чаще участвует в межнациональных конфликтах. Данная социальная группа в сравнении с другими наиболее этноцентрична.

Заметим, что присутствует вероятность закрепления различных стереотипов межэтнического восприятия и поведения, ведь в среде студенческой молодежи усиленно проявляется взаимодействие между студентами различных народов, которые в свою очередь имеют определенные традиции и ценности, систему взглядов и мировосприятия. На складывание межэтнических отношений влияют многие отрицательные факторы, одним из которых ученые считают недостаточность проводимых образовательных и просветительских мер, направленных на формирование гражданской идентичности у россиян, воспитание культуры межнационального общения, изучения истории и традиций народов России, их опыта, солидарности в укреплении и защите общего Отечества [2].

Говоря о данной теме, нельзя упустить такое понятие как «ксенофобия». В Словаре иностранных слов Комлева Н.Г. это понятие трактуется как «ненависть, нелюбовь, нетерпение, неприязнь к кому- или чему-л. чужому, незнакомому, непривычному» [3]. Крысин Л.П. объясняет понятие «ксенофоб» как «человек, неприязненно относящийся к иностранцам, к иностранному» [4].

Для выявления аспектов распространения межнациональных конфликтов и ксенофобии в молодежной среде обратимся к данным социологических опросов, которые были проведены в последние 15 лет ведущими отечественными исследовательскими центрами.

Опрос фонда «Общественное мнение» показал следующую ситуацию: многонациональность государства как полезный фактор развития российского общества рассматривают 41% респондентов, в то время как треть опрошенных посчитала этот фактор вредоносным. 65% респондентов отмечали, что не испытывают раздражения или неприязни по отношению к представителям иных национальностей, но треть россиян (32%) поделились, что неприязненные чувства у них имеются.

Опрос «Чужие в чужой стране: ксенофобия и национализм в настроениях россиян» выявил отрицательные эмоции россиян, связанные с вынужденным сосуществованием с «чужаками». В данном вопросе россияне чувствовали ущемление своих возможностей, посягательство на свой статус, что породило неприязненное отношение к приезжим. Причиной тому является наличие в кругу приезжих замкнутых социокультурных общностей, не желающих сближаться и приобретать качества местных. Приезжие продолжают строго придерживаться собственных традиций, нравов, манеры поведения, стереотипов и пытаются внедрять собственную культуру, игнорируя местные традиции. Также опрос выявил, что наиболее сильной является «антикавказская» ксенофобия. Респонденты были склонны оправдывать немотивированную и ничем не подкрепленную неприязнь к представителям иных национальностей, как и противоправные действия, совершенные против них.

Само слово «ксенофобия» по результатам общественных опросов было непонятно большинству участников. 87% респондентов затруднились с ответом. Часть из 13% ответивших давали совсем неверные определения. Результаты опроса можно увидеть на представленной диаграмме (рис. 1).



Рисунок 1. Трактовка респондентами понятия «ксенофобия»

В результате исследования и анализа данных проведенных опросов сделаем вывод о том, что ксенофобия является одним из ключевых факторов складывания межнациональных отношений среди молодежи. Также отметим, что следует организовать более полное и правильное представление о данном понятии в сознании россиян, а особенно среди молодежи. А сама нетерпимость к представителям других национальностей среди россиян очень распространена, но либо не осознается, либо оправдывается с их стороны, потому как лишь часть могут открыто

говорить и признавать наличие данной категории у них. Данные опросов подтверждают и мнение ученых о нехватке проводимых образовательных и просветительских мер, направленных на регулирование и гармонизацию межнациональных отношений россиян.

В полиэтническом обществе, каким и является российское, процессы межкультурной коммуникации вызывают и отрицательные социальные последствия, особенно ярко проявляющиеся в среде молодежи, которая отличается склонностью к категоричности своих суждений и «крайним» взглядам на решение межэтнических и социальных проблем.

Молодежной общности во многом присуща такая характеристика, как стереотипность. Британский психолог А. Тэшфел уделял особое внимание тому, что стереотипы помимо защиты ценностей индивида, могут защищать еще и его социальную идентичность. Исходя из этого, можно сказать, что предназначением стереотипов в большей степени является нормализация взаимоотношений не группы с другими группами, а внутри нее самой. Стереотипы помогают создать образ, который позволяет членам группы распознать себя в круговороте истории. В таком случае главной задачей социальных стереотипов является обеспечение хоть и символической, но все-таки целостности социальной общности. Однако можно встретить и проявления предпочтения чужих групп. В качестве примера можно привести некоторые этнические меньшинства, которые могут соглашаться со своим сравнительно более низким положением в обществе. В таких случаях они имеют склонность к развитию негативных автостереотипов и позитивных гетеростереотипов.

Помимо этого А. Тэшфел выделил еще и две социальные функции стереотипизации:

- 1) Объяснение существующих отношений между группами;
- 2) Оправдание существующих межгрупповых отношений.

Во все времена психологический механизм стереотипизации применялся для того, чтобы сохранить превосходство поработителей при помощи образования в массовом сознании враждебных стереотипов по отношению к побежденным и поработленным.

Говоря иначе, поддержание стереотипов определяют факторы социального, а не психологического характера. И именно враждебные стереотипы есть явление отрицательное, а не механизм стереотипизации сам по себе. Однако этнические стереотипы зачастую играют негативную роль, когда речь идет об их использовании индивидом в процессе межличностного восприятия в случае недостатка информации об отдельно взятом партнере для общения [6].

В исследовании Кормильцевой Е.А., студентам I курса университета предложили набор этнических стереотипов, на основе которых было два проективных варианта: абсолютно положительный и абсолютно отрицательный стереотипы.

Результаты ответов следующие: больше трети участников выбрали абсолютно положительный стереотип как автостереотип. 8% участников опроса согласились с тем, что абсолютно положительный стереотип не может быть приписан ни к одному народу. При этом более половины опрошенных видели абсолютно положительный стереотип в поляках, голландцах, европейцах и, чаще всего, в американцах и китайцах. Согласимся с выводами Кормильцевой Е.А. о том, что у большинства опрошенных представления о нациях, национальном характере не сформированы даже на уровне стереотипов и присутствуют лишь в аморфном виде. Это делает необходимым постоянный мониторинг общественного сознания студентов и проведение работы по его развитию в направлении большей осознанности и толерантности, что, в свою очередь, является непременным условием зрелости гражданского общества [5]. От успешной работы в данном вопросе будет зависеть также стабильность и единство нашего государства.

Обратимся к результатам опроса по вопросу причин, не позволяющих успешно урегулировать межнациональные конфликты (Рис. 2) [7]:



Рисунок 2. Причины, не позволяющие успешно урегулировать межнациональные конфликты

Действия, направленные на решение межнациональных конфликтов и причин, их побуждающих, должны быть четко направленными, отрегулированными и комплексными.

Необходимо формировать толерантное сознание среди представителей молодежной общности, которое в самой культуре межнациональных отношений представляет собой центральное звено. Появилась необходимость поиска новых путей в формировании толерантного сознания, в котором значимую роль играет современное искусство, обладающее огромным авторитетом и влиянием на представителей молодежи. Системная и последовательная работа в данном вопросе существенно снижает уровень конфликтности в молодежной среде, минимизирует агрессивное и негативное отношение студенческой молодежи друг к другу. Здесь играет важную роль развитие у студентов в самом процессе обучения способности вести диалог, относиться с уважением к культуре иных народностей, проявлять терпимость и уважительное отношение к их традициям и особенностям.

Важным является также применение интегративных инструментов социализации, позволяющие сформировать консолидированное общество. Например, ценностные установки и нормы поведения, признаваемые обществом в целом и выражаемые в виде определенного отношения к своему прошлому и его пониманию в контексте патриотического восприятия.

Важно обратить внимание на формирование патриотических чувств в молодежном сознании. Потому как гордость за свою страну и любовь к родине ни коим образом не должны порождать агрессивную форму национализма. Отсюда можно выделить необходимость регулирования и контроля деятельности и публикаций СМИ на данную тему, ведь свою политику они основывают именно на таком противопоставлении.

Деятельность СМИ определенным образом формирует направление общественного мнения, конкретные социальные установки, убеждения, что побуждает или заставляет задуматься об определенных поступках и действиях. Неправильная политика в данном вопросе может породить рост национализма и розни между народами.

Необходимо развитие в современном мире этнодиалога, который несет в себе множество позитивных следствий. Например, снятие напряженности, установление обстановки взаимного доверия и уважения. Россия в данном вопросе уникальна, так как диалог культур у нас имеет многовековую историю.

Исходя из этого, сделаем вывод о подверженности процесса социализации молодежи влиянию множества факторов. Выделить наиболее важные причины межнациональных конфликтов очень трудно. Все они нуждаются в комплексных и глобальных мерах по их решению.

Список используемых источников:

1. Стратегия государственной национальной политики в Российской Федерации на период до 2025 года, утв. Указом Президента РФ от 19 дек. 2012 г. № 1666 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70284810/#friends>
2. Журавский, А.В. Студенчество в многонациональных мегаполисах и крупных городах России: этническое самосознание и межэтнические отношения [Текст] / А.В.Журавский.// Сборник материалов по результатам социологического исследования. – М., 2008. – С. 235-270.
3. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов [Текст] / Н.Г.Комлев.– М.: Эксмо-Пресс, 2000. – 1308 с.
4. Крысин Л.П. Толковый словарь иностранных слов [Текст] / Л.П.Крысин.– М.: Эксмо, 2006. – 944 с.
5. Кормильцева Е.А. Национальные стереотипы студенческой молодежи [Текст] / Е.А.Кормильцева.// Право и политика: история и современность: материалы Пятой всероссийской научно-практической конференции (13-14 декабря 2013 г.). –Омск: Омская академия МВД России, 2014. – С.123-125.
6. Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология: практикум: Учебное пособие для студентов вузов [Текст] / Т.Г.Стефаненко. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 325 с.
7. Мартынова, Т.Н., Охуни, Х.С. Анализ социокультурных аспектов возникновения межэтнических конфликтов в молодежной среде [Текст] / Т.Н.Мартынова, Х.С.Охуни.// Материалы VI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» (2014 г.) – Кемерово, 2014. – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2014/article/2014002099>, свободный.

УДК 433

Косинцева О.А.

Финансовый Университет при Правительстве РФ (г.Омск).

ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕНТРА ИСТОРИИ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ Г.ОМСКА.

Аннотация. Данная работа является анализом достижений в области исследования истории Гражданской войны исследовательским центром в городе Омске. На основании данных, приведённых мной, можно сделать вывод: чем занимается данный центр, какие были проведены актуальные исследования.

Ключевые слова: исследования, Гражданская война.

Kosintseva O.A.

Financial University (Omsk)

RESEARCHES OF THE CENTER OF HISTORY OF CIVIL WAR OF THE CITY OMSK.

Abstract. This work is an analysis of the achievements in the field of the study of the history of the Civil War by a research center in the city of Omsk. Based on the data provided by me, we can conclude: what the center does and what relevant research has been done.

Keywords: research, Civil War.

В городе Омске на набережной реки Иртыш находится удивительное здание- Центр изучения истории Гражданской войны. По инициативе предыдущего губернатора Омской области Леонида Константиновича Полежаева в 2011 году создаётся центр изучения истории Гражданской войны. 13 января 2012 г. в особняке К. А. Батюшкина открыл свои двери для посетителей и исследователей Центр изучения истории Гражданской войны. Этот дом на сегодняшний день является архитектурной и исторической достопримечательностью Омска. С одной стороны, это

уникальное произведение архитектуры, один из лучших образцов купеческих особняков порубежной эпохи. В то же время дом имеет большое историческое значение, которое связано с периодом Гражданской войны. Здесь, с ноября 1918 по ноябрь 1919 гг. размещалась личная резиденция Верховного правителя России А. В. Колчака, поэтому именно в Омске, должен был возникнуть такой Центр, который позволил объединить многих историков, краеведов и архивистов. На сегодняшний день Центр изучения истории Гражданской войны - это один из немногих историко-культурных комплексов в России, сочетающий в себе функции архива, музея и мемориального учреждения.

На протяжении долгого времени в истории имеет место неразглашение подлинных сведений о Гражданской войне, сокрытие исторических документов, создание вымыслов об истории России периода 1917-1922 гг. Но, начиная с середины 90-х гг. и по сегодняшний день, всё внимание научного Центра направлено на восстановление объективности и вынесение субъективных оценок периоду Гражданской войны и деятельности противоборствующих сторон.

Таким образом, появление в стране Центра изучения истории Гражданской войны стало ответом на давно назревшую необходимость разрушить мифы. Центром ведётся колоссальная работа по сбору информации о периоде Гражданской войны в России среди населения. Данная составляющая деятельности Центра обеспечивается стационарным и выездным экспозиционно-экскурсионным обслуживанием, циклом обзорных лекций, а также кинолекториев. Следует отметить то, что Центр оснащён самым современным оборудованием. Обустройство залов позволяет проводить конференции и семинары.

Одним из приоритетных направлений в деятельности Центра является выявление исторических источников по периоду Гражданской войны. Несмотря на колоссальную работу советских, российских и зарубежных историков, многие из архивных документов и материалов периодической печати и других документальных свидетельств по истории Гражданской войны остаются недоступными для исследователей. Особую важность здесь имеет выявление исторических источников, которые находятся вне состава Архивного фонда Российской Федерации – негосударственных и личных архивах, а также иностранных архивных и музейных учреждениях. [2]

Следовательно можно прийти к выводу, что происходит обретение новых исторических источников по периоду Гражданской войны, а также происходит их популяризация среди научного сообщества. Это все показывает нам то, что Центром изучения истории Гражданской войны ведётся всесторонний, глобальный поиск источников.

Данный центр также приглашает исследователей, а именно преподавателей, студентов, аспирантов, магистрантов, посетить операционный зал. Исследовательский Центр может предоставить всю необходимую и интересующую литературу для желающих по периоду Гражданской Войны. Например, электронные образы архивных документов и фотографий из Исторического архива Омской области, федеральных и региональных архивов Российской Федерации; электронные образы подшивок периодической печати периода революции и Гражданской войны: «Вестник Временного Всероссийского правительства», «Правительственный вестник», «Наша газета», «Заря», «Курганская свободная мысль» и многие другие. Также в данной Центре имеется редкая литературу о Гражданской войне в России. Существует более сотни энциклопедий, монографий.

Можно сделать вывод о том, что одним из немаловажных направлений деятельности Центра является патриотическое воспитание.

Очень важно отметить то, что в Центре существует изучение генеалогии. Каждому из нас интересно знать своё происхождение, попытаться восстановить генеалогическое древо своей семьи. Поэтому поступают запросы от потомков участников Гражданской войны, ведётся поиск сведений генеалогического и биографического характера в Центре. Следовательно, популяризация генеалогических исследований является одним из направлений деятельности Центра изучения истории Гражданской войны. В фондах Исторического архива Омской области хранятся уникальные документы, дающие возможность человеку узнать о событиях жизни своих пред-

ков. Также информацию об участниках «белого» движения хранят фонды советских учреждений 1920-1930-х гг., где в документах по личному составу велся персональный учет сотрудников ранее участвовавших в антибольшевистском движении. Особо важную часть Центра представляют тематические базы данных. Сотрудники проводят обработку документально-информационного массива и создают на основе него специальные поисковые системы по направлению деятельности Центра. Кроме того, в порядке межархивного сотрудничества налаживаются деловые контакты и обмен базами данных, генеалогической информации с федеральными и региональными архивами.[2]

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что в Центре созданы условия, которые удовлетворяют запросы общества в изучении генеалогии, а также там проводится широкая популяризация данного направления. Основой данной деятельности становится всесторонний научный поиск и межархивное сотрудничество.

К настоящему времени накоплен обширный материал по исследованию Гражданской войны. В рамках медиаплана центром подготовлены по две радио- и телепередачи, начата работа над циклом историко-публицистических фильмов «Гражданская война: судьбы и лица», где главными героями станут потомки участников Гражданской войны. Сотрудниками Центра проводится работа по пополнению архивных фондов материалами соответствующего периода и содержания из федеральных, региональных архивов и музеев. За 2012–2018 годы было составлено 42 исторические справки и предисловия, было создано 3 новых регулярно пополняемых фонда. Сотрудники Центра принимают участие в научно-практических конференциях международного, всероссийского и регионального уровней, а также готовят публикации для авторитетных научных изданий, среди которых – ведущие журналы страны, например, «Отечественные архивы», «Вестник архивиста», «Новейшая история России», «Петербургский коллекционер» и многие другие. В 2013 г. издан сборник материалов Всероссийской заочной научно-практической конференции «Гражданская война в Сибири», организованной на базе Центра. В ноябре 2014 г. прошла Всероссийская научно-практическая конференция «Гражданская война на востоке России: объективный взгляд сквозь документальное наследие».

В Центре имеется «Книга почетных гостей». Кроме того, для посетителей была предусмотрена «Книга отзывов и предложений». За время работы Центра в обеих книгах было сделано 420 записей, из них 102 – в «Книге Почетных гостей» и 318 – в «Книге отзывов и предложений». Анализ отзывов в ней позволяет определить неоднозначное отношение общества к периоду революции и Гражданской войны, а также показать разноплановость отношения к данному периоду разных категорий посетителей. Из 420 отзывов, 418 – положительные; но при этом, в некоторых высказаны предложения в направлениях деятельности Центра, составе его экспозиций. Отрицательные очень четко определили популяризацию общества, которая существует до сих пор: Р.Ф. Краснаухова, всегда беспартийная: «Колчак не может быть примером для подрастающего поколения. Палачам памятники не ставят». [2]

С одной стороны, Центр является научным учреждением, архивом, а с другой стороны, Центр является и музеем, мемориалом событий «смуты XX века», представляет собой богатство национальной историко-культурной памяти. Нужно посещать данный Центр, потому что это позволит лучше узнать прошлое, отдать дань уважения к историческим личностям, которые связали свою жизнь с городом Омском, в эпоху, ставшую для России переломной.

Научная работа, проведенная сотрудниками Центра позволяет выявлять новые сведения об этом сложном периоде нашей истории. В данный Центр с интересом идут жители города Омска, а также туристы. Этот центр – достопримечательность города Омска. История Гражданской войны – это часть истории нашего региона и через отношение к этой трагической странице посетители выражают свое отношение к истории Сибири в целом. В деятельности Центра изучения истории Гражданской войны преобладает научная составляющая, заключающаяся в выявлении и обнародовании документов по истории этого периода, публикации научных работ. Сегодня Центр – одна из ведущих интеллектуальных площадок Омской области, по праву претендующих на звание бренда региона.

Список используемых источников:

1. Омскпресс. – Режим доступа: http://omskpress.ru/news/28777/v_omske_poyavilsya_tsentr_izucheniya_istorii/, свободный.
2. Исторический Архив Омской области: официальный сайт. – Нт;bv ljcnegf^ <http://www.iaoo.ru/index.html>, свободный.
3. Туристический информационный центр Омской области. – Режим доступа: <http://omsk-turinfo.com/musei/127-omsk/1126-tsentr-izucheniya-istorii-grazhdanskoj-vojniy>, свободный.

УДК 908

Кузнецова А.А.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

ИЗ ИСТОРИИ РОДНОГО КРАЯ

Аннотация. В статье рассмотрено образование и развитие родного края – Муромцевского района и конкретно села Камышино-Курское. Целью работы является проследить за образованием и развитием родного края.

Ключевые слова: село Камышино-Курское, Муромцевский район, кооперация, переселенцы из Курской и Воронежской губерний, промышленное производство, винокуренный завод.

Kuznetsova A. A.

Financial University (Omsk)

FROM THE HISTORY OF HIS NATIVE LAND

Abstract. The article considers the formation and development of the native land – Muromtsevo district and specifically the village of Kamyshino-Kursk. The aim of the work is to monitor the formation and development of the native land.

Keywords: village Kamyshino-Kursk, Muromtsevsky district, cooperation, displaced persons from Kursk and Voronezh province, industrial production, Distillery.

В большой стране у каждого человека есть свой любимый уголок – дом, улица, деревня, город, где он родился и вырос. Это его маленькая Родина, а из множества таких родных уголков и состоит наша большая и великая Родина. Каждый человек любит свою Родину, а я очень люблю свое село Камышино-Курское, свой неповторимый край и стараюсь как можно больше узнать о нем. Каждый гражданин должен знать своё прошлое. Я уверена, без прошлого нет настоящего, а без настоящего – будущего. Мой родной край – «государство» с многовековой историей. История – это не только даты и битвы, это и люди, чьи образы предстают перед нами, когда мы листаем страницы прошлого. Сибиряки! Сколько тяжелейших испытаний выпало на их долю!

Многие сведения из истории нашего села взяты из архивных источников, публикаций печати, литературных источников и рассказов старожил.

Муромцевский район Омской области считается, наверное, самым таинственным районом области. Легенды о нем уже несколько десятилетий слагают местные жители. Район расположен на расстоянии около 220 км на северо-восток от Омска на границах лесостепной и таёжной зон. Река Иртыша в границах района становится намного шире и достигает 4 километров, русло становится извилистым, что ведет к формированию рыболовных песков, ям, где зимуют рыбы. И ещё: особенностью района является Китлинские болота, являющиеся великолепным местом обитания лосей. Здесь же расположены крупные ягодники. Муромцевская земля, сибирская Швейцария – так ее называют гости и местные поэты. Все, кто побывал в Муромцево, единодушно признают – это самый живописный район в Омской области.

На границе Муромцевского района Омской области и Кыштовского района Новосибирской области находятся пять озёр: Данилино (Данилово), Линёво, Щучье, Шайтан (Урманное) и По-таённое озеро. По легенде, эти озёра имеют метеоритное происхождение, они появились из пяти осколков одного метеорита. Легенды об этих озёрах имеют огромную популярность, люди по всей России знают об этих озёрах. Также есть предположение, что все пять озёр объединяет подземная река. Эти озёра расположены вблизи д. Окунёво и это место называют «пупом земли», в той местности наблюдаются магнитные аномалии, сейсмические колебания и другие «странности».

Считается, что вода и грязи в озёрах Данилово, Линёво и Щучье обладают целебной силой, что там течёт «живая» вода, а вот в озере Шайтан наоборот «мёртвая» вода. Озеро Шайтан переводится как «Чёртовое озеро». Пятое озеро, самое таинственное и загадочное, потому что это озеро никто не видел. Оно, как гласит легенда, находится на правом берегу Тары и показывается только избранным.

Центральная административная единица района - поселок городского типа Муромцево. Официально Муромцевский район как административно-территориальная единица существует с мая 1925 года. Но его история уходит в глубь веков.

До конца XVII века территория, которая называлась Притарье, входила в состав Сибирского ханства. Основная часть населения - так называемые «тарские татары». Проживали они улусами, то есть племенными объединениями. Здесь хаживал со своим войском Ермак Тимофеевич - знаменитый первооткрыватель Сибири и основатель Сибирского казачьего войска. Тут он и погиб летом 1584 года, сражаясь с полчищем хана Кучума. Русские поселились на этих землях в конце XVI века, когда образовался город Тара. Через Муромцевский район пролегал Сибирский тракт, по которому везли в ссылку и на каторгу.

В 70-х годах XVII века формируется первое административное образование - Бергамакская слобода. В 1780-1790 годы появились новые поселения. В сороковых годах XIX века при содействии правительства в бассейн рек Верхней и Нижней Тунгуски прибыло несколько сот семей из малоземельных деревень Юхновского уезда Воскресенской волости Смоленской губернии. В эти же годы пятнадцать семей из Рязанской губернии поселились в Бергамаке, в Кокшенево осели выходцы из Пензенской и Рязанской губернии. В течение 1795-1857 гг. население Муромцевского района увеличилось с 3400 человек до 13300 человек, то есть почти в четыре раза. Количество населённых пунктов за эти годы возросло более чем на десяток.

В XIX в. на территории будущего Муромцевского района начинает развиваться промышленное производство. Интересным памятником той эпохи являются фрагменты здания винокуренного завода в Петропавловке.

В 50-е годы XIX века начинают отдавать предпочтение частному винокурению, применявшему наемную рабочую силу лишь в период винокурения, и поэтому производящему более дешевый спирт. Предпринимателям в качестве поощрительной меры предлагалось отдавать земли на право владения вотчиной и вечной аренды, давать рассрочки и прочее. Принимая это в расчет, главноуправляющий акцизно-откупного комиссионерства Западной Сибири, потомственный почетный гражданин г. Тобольска, купец Михаил Корчемкин обращается в декабре 1859 года с прошением разрешить устроить винокуренный завод. Тобольская казенная палата предложила ему три лесных участка: Логиновский, Бутаковский и Бергамакский. Купец остановил свой выбор на последнем, как удобно расположенном и находящимся по соседству с земледельческими волостями, производящими в значительном количестве товарное зерно – основное сырье для винокурения. Для завода был выбран берег небольшой причудливо вьющейся речки Шайтанки с хорошей водой. Умеренно пересеченная местность создавала предпосылки для сооружения водяных двигателей. Было арендовано свыше 950 десятин добротного соснового и березового леса. В пределах участка залегали кирпичные глины хорошего качества. Строительство началось летом 1860 года. Время закладки завода совпало с днем Петра и Павла – отсюда и пошло название «Петропавловский» завод, позднее закрепившееся за селом.

Сооружение заводских объектов осуществляли крестьяне ближайших деревень, мастера-вые из Тары, Тобольска, Тюмени. В марте 1863 года на заводе была получена первая продукция

– спирт. В 1868 году на заводе было уже выработано 121,8 тысяч ведер спирта на сумму 152,3 тысячи рублей, что составляло почти четвертую часть стоимости спирта, произведенного в Тобольской губернии. В 1870-80 гг. завод стабильно работал, занимая видное место в винокурении губернии.

Исторически сложилось так, что с. Петропавловка при становлении разделялось на две части: собственно завод с поселком и выселок. В поселке находились: усадьба управляющего, жилье для мастеровых и служащих, школа, лавка, церковь. Выселок располагался южнее на сотню саженей на узкой полоске казенной земли, между владениями заводчика и землями муромцевских крестьян.

По соседству со стройкой зарождается выселок крестьян ближайших деревень, принимавших участие в сооружении завода. В марте 1863 года завод выдал первую продукцию, а выселок с годами превратился в крупное селение Петропавловку.

Составной частью процесса реформирования государственной деревни в Европейской России в первой половине XIX в. было переселение крестьян в Сибирь. Первые шаги в этом направлении были сделаны М.М. Сперанским, подробно изучавшим материалы о ссылке и пришедшего к выводу о неэффективности этого метода колонизации Сибири. 10 апреля 1822 г. принимается указ «О дозволении казенным крестьянам переселяться на земли сибирских губерний». Действие этого Указа распространялось лишь на государственных крестьян малоземельных губерний. Процесс переселения осложнялся требованием оформления крестьянами массы документов, в связи с чем выдача разрешения на переезд занимала, в лучшем случае, 1,5–2 года.



Рисунок 1. Винокуренный завод

В результате выполнения указа от 10 апреля 1822 г. на землях Сибирского казачьего войска Пресногорьковской линии поселяются крестьяне и однодворцы из Курской и Воронежской губерний, которые селятся в деревнях Воскресенской, Ершовке, Нижне-Алабужской, Филиповой, Успенской и др. Петропавловского уезда. В 1827 г. на поселение в Петропавловский уезд Омской области собирались отправить 1291 д.м.п. однодворцев из Нижнедвинского и Землянского уездов Воронежской губернии. В крестьянском состоянии эти переселенцы проживали на линии военных укреплений до 1847 г., после чего были зачислены в казаки.

Моё село образовано в 1859 году переселенцами из Курской и Воронежской губернии. В первые годы улицы, основанные этими переселенцами, входили в одно селение, названное Камышинка (Половинка, Ирпесь), заимствованные от названия речек. В последней четверти XIX века эти улицы получили статус самостоятельных деревень и стали называться село Камышино-Курское и деревня Камышино-Воронежское.

В 1868 году, когда деревни еще не расчленились, здесь проживало 608 человек. Позднее, когда выделяется село Камышино-Курское, население, естественно, уменьшилось. По данным переписи населения 1897 года, здесь было учтен 471 человек. В первые десятилетия своей истории население росло главным образом за счет естественного прироста. В течение 30 лет (1897-1926 гг.) население увеличилось в 1,7 раза.

В начале XX века село втягивается в маслодельную кооперацию. В 1900 году здесь организуется артельный маслозавод, на котором в 1019 году произвели 950 пудов масла.

В 1916 году на 69 хозяйств Камышино-Курского приходилось 1764 десятины пахотной земли и 135 арендованных десятин. Площадь покосных угодий превышала 650 десятин.

В конце 1921 года в селе организуется сельский совет. В 1924 году Камышино-Курское вошло в Большереченский район. Возрождается маслоделие и в начале 1922 года была организована маслодельная артель, которая в 1924 году выработала 1076 пудов масла. На исходе 1927 года в артель входило 211 членов не только жителей Камышино-Курского, но и близлежащих селений.

В 1929 году в селе был организован колхоз им. Сталина. В 1935 году это был весьма крупный по тем временам колхоз, по основным показателям превосходящий в 2-3 раза средний колхоз в районе. В колхозе было 150 дворов с 2402 трудоспособными гражданами. Вся посевная площадь равнялась 1262 гектара. В хозяйстве колхоза насчитывалось 741 голова крупного рогатого скота, 216 запряжных лошадей и 154 овцы. С 1929 года в колхозе начали работать кузница и нефтяная мельница. В хозяйстве трудились шорники, сапожники, веревочники, занимались изготовлением кирпича.

Существенным фактором развития села были механический маслозавод, открытый в 1930 году и МТС, организованная в июле 1935 года. Завод имел разветвленную сеть из 25 сепараторных пунктов в радиусе 40 километров. К 1936 году Камышино-Курская МТС обслуживала 27 колхозов. На начало 1940 года МТС имела 69 тракторов, 44 комбайна, 25 сложных машин, 73 тракторных плуга, 40 зерновых тракторных сеялок и 6 грузовых автомобилей. Обслуживала МТС 31 колхоз. Маслозавод и МТС год от года крепили, набирали мощность, расширяли масштабы производства.

В послевоенные годы в ходе укрупнения колхозов село Камышино-Курское становится центром крупного хозяйства. К этому времени здесь имелось почтовое отделение, сельпо, средняя школа.

В 1957 году на базе смежных колхозов формируется совхоз «Копьевский». Так село Камышино-Курское превращается в центр очень крупного совхоза.

В 70-80-х годах в селе построены новая школа, Дом быта, магазины, столовая, Дом культуры и другие хозяйственные и социально-бытовые объекты.

В настоящее время на территории Камышино-Курского поселения функционируют такие предприятия, как ОАО «КамКур Агро», БУЗОО «Муромцевская ЦРБ» «Кам-Курская участковая больница», МБОУ «Кам-Курская СОШ», МДОУ Кам-Курский детский сад «Колосок», почтовое отделение, отделение связи, магазины.

Узнав историю своего края, своего села, я еще больше привязалась к своей малой Родине, проследила развитие своего края на протяжении многих лет. Сибиряки проявляли удивительную жизнестойкость, строили, возрождали, пахали! Сибиряки, трудолюбивые, гостеприимные, талантливые, великодушные – достояние моего родного края! Огромны просторы моего родного края! Где ещё есть столько лесов, огромных полей, рек, озёр?! И это тоже вызывает у меня чувство гордости. Исследование прошлого и настоящее Муромцевского края побуждает к непосредственному участию в его преобразовании, поскольку родной край - «живая, деятельная частица великого мира». Я с гордостью могу сказать: «Я патриот своей страны и своей малой родины!». Другой Родины мне не надо!

СИМУЛЯКРЫ УСПЕХА

***Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению онтологических и социокультурных характеристик понятия «жизненный успех», в контексте современной постмодернистской реальности. Понятие «успех» раскрывается в разных смысловых интерпретациях, в том числе, как реальная жизненная цель и как симулякр.*

***Ключевые слова:** успех, атрибуты финансового успеха, симулякр.*

Makovetskaya E.N., Kiychenko K.S.
Financial University (Omsk)

SIMULACRA OF SUCCESS

***Abstract.** The article is devoted to the ontological and socio-cultural characteristics of the concept of "success in life" in the context of modern postmodern reality. The concept of "success" is revealed in different semantic interpretations, including as a real life goal and as a simulacrum.*

***Keywords:** success, attributes of financial success, simulacrum.*

Современная эпоха имеет множество определений и самоназваний: «информационное общество», «культура постмодерна», «эпоха тотальной симуляции». Однако, несмотря на различие трактовок, очевидным является то, что социальные изменения, которые происходят сейчас, приводят к возникновению совершенно новых социальных и культурных реалий. Динамичность современной жизни и огромный информационный поток не оставляют современному человеку времени на осмысление главных принципов собственного бытия: понимание жизненных смыслов, целей; поиск собственного «Я», собственной самореализации, счастья и успеха. Расстановка жизненных приоритетов все больше конструируется не самим человеком, а формируется под влиянием СМИ, идеологии, моды, рекламы.

Одним из смыслообразующих понятий бытия современного человека является «жизненный успех». Такие важные факторы, как труд, образование, профессионализм, харизма, способности, становятся значимыми только в соотношении с достижением успеха.

Что представляет собой жизненный успех? Требуется ли успех определенных усилий, или может быть случайным фактором? Как достичь успеха и каковы его составляющие?

Целью данного исследования является попытка социально-философской интерпретации феномена успеха. Данная цель реализуется в ряде задач:

- раскрыть содержательные характеристики понятия «жизненный успех» в контексте современной реальности;
- проанализировать составляющие понятия «успех», «успешный человек», «факторы успеха»;
- указать, в какой степени «успех» является самостоятельным экзистенциальным выбором современного человека, а в какой – симулякром, навязанным посредством СМИ, рекламы и моды.

Несмотря на то, что категория «успех» прочно закреплена в повседневности посредством многочисленных дискурсивных и социальных практик, достаточно сложно определить содержание понятия «успех».

Успех (от древнерусского глагола «спети», «спею» – буквально означает «стремиться», «двигаться», «спешить»). Успешный – значит успевающий, соответствующий общественным

характеристикам преуспевающего; умеющий согласовывать свои планы и устремления с реальными координатами жизненного времени, соотносить субъективные программы с объективной реальностью. В этой связи «успех» зачастую определяют как выполнение, достижение цели.

Значение слова усложнилось и видоизменялось. Изначально слово «успех» отождествлялось с поспешностью, быстрым движением вперед, а успешным человеком считался тот, кто успевал все делать вовремя. В русской культуре успех нередко ассоциировался с победой в бою, с достижениями в познаниях, завоеванием симпатий.

Позднее, в результате влияния западной, а именно протестантской культуры, понятие успеха приобрело несколько иных значений: благосостояние, богатство, карьера, материальное благополучие и признание обществом.

В современном мире понятие «успех», «успешный человек» стало содержательно еще шире. Для каждого человека данное понятие наполняется собственным мировоззренческим смыслом и зависит от жизненных приоритетов и устремлений. Для оперного певца успех означает приглашение петь в «Метрополитен-опера»; для человека, мечтающего стать актером, – быть принятым в знаменитую театральную школу; для начинающей модели – стать знаменитой, как Клаудиа Шиффер; для футболиста – забить решающий гол во время мирового чемпионата по футболу; для руководителя отдела – стать председателем правления фирмы. Успехом можно считать поступление в университет, получение водительского удостоверения, победу на танцевальном конкурсе или овладение искусством рисования. Успех для каждого человека имеет индивидуальное значение, обусловленное исключительностью его бытия.

Однако в современном мире человек часто лишен самостоятельного выбора, его поведение, мотивацию, ценностные ориентиры и вкусы формируют СМИ, мода, реклама. Современное общество потребления все больше характеризуется подражательством, имитацией, виртуализацией, где «телевидение растворяется в жизни, а жизнь в телевидении» [1, с. 46]. Иллюстрацией к этому может быть реклама товара, которая вызывает к жизни несуществующую потребность в нем, или двадцатичетырехчасовой прямой эфир, где новостная лента транслируемых событий полностью подменяет собой реальность. «Отсюда утрата реальности связана не с дефицитом вещей и поступков, а с их перепроизводством в качестве знаков реального, тогда как реальность предполагает наличие именно содержательного, ценностного компонента» [2, с. 36].

Реклама выстраивает перед зрителем навязчивые образы счастливых и успешных мужчин и женщин, наделяя их стандартными необходимыми атрибутами: «дорогой автомобиль», «брендовая одежда», «шикарный дом», «отдых на мировых курортах», «работа на высокой должности в престижной компании». Образ-симулякр, транслируемый рекламой, подается как подлинный мир, настоящая жизнь счастливого человека. Вместе с этим, реальность повседневной жизни, не соответствующая идеальным картинкам рекламы, все больше воспринимается современным человеком как «имитация», симулякр, в которых он не находит удовлетворения. Образы виртуального идеального мира становятся для современных людей своеобразным ориентиром в их реальной жизни.

Почему в современном мире понятие «жизненный успех», в котором исходно заложена экзистенциальная идея стремления человека к самореализации, движения к самому себе, преодоления себя; все чаще отождествляется исключительно с финансовым успехом и превращается в симулякр, копию не имеющей подлинной реальности?

Эта трансформация находит свое объяснение в изменении самой философии потребления. Деньги и коммерческий успех становятся целью и смыслом жизни человека, а счастье все чаще отождествляется с жизненным комфортом и ставится в зависимость от уровня потребления. Теряясь в бесконечном потоке «выгодных» предложений, современный человек превращает «shopping» в важный социальный ритуал, досуг и стиль жизни. Потребление и обладание вещью становятся для человека не только духовным удовлетворением, но и способом самоутверждения самого себя.

Современный «успешный человек» невольно становится не просто потребителем той или иной желаемой материальной вещи, он становится потребителем симулякров: товарных брендов, модных марок, любых престижных информативных знаков как обязательных индикаторов

социального статуса, а вместе с ним – успеха. Окружающий мир, наполненный визуальным содержанием разных образов, не имеющих оригинала в реальности и подлинной ценности, делает само существование «нового успешного человека» симулякром.

Из необходимого условия сохранения и поддержания жизни потребление в современном мире превратилось в смысл бытия человека. «Безудержное, расточительное потребление в промышленно развитых странах стало важнейшей частью бытия и заняло прочное место в системе жизненных ценностей. Традиционные добродетели, такие как трудолюбие, мастерство, порядочность, честность и доброжелательность, перестали быть мерилем социальной ценности человека. Объем личного потребления стал основным критерием жизненного успеха, а объем произведенных и проданных товаров – основным показателем экономического процветания нации» [3, с. 154]. Идеология, общественные стереотипы, мода и реклама не просто навязывают современному человеку стандартизированные атрибуты финансового успеха, но формируют у него страх оказаться неуспешным и неуверенность в собственных силах. Не имея возможности формулировать свои собственные слагаемые успеха без оглядки на социальные стереотипы, человек оказывается в экзистенциальной ловушке, растрачивая свои силы в погоне за имиджем, брендом, престижной маркой, высокой должностью, социально одобряемыми артефактами, в которых он не находит свое собственное «Я».

Чтобы не раствориться в мире бесконечных фейков и симулякров, человеку необходимо мужество быть самим собой, играть в игру по собственным правилам, создавая успех своими собственными руками. Подлинный успех в большей степени, определяется не внешними атрибутивными показателями, а тем, насколько человек чувствует себя счастливым гармоничным и удовлетворенным. Формула жизненного успеха не должна быть продуктом маркетинга, результатом рекламных манипуляций, а проявлением свободного выбора и творческих усилий человека. Оставаться самим собой, не поддаваясь соблазну общепринятым атрибутам успеха, это и есть успех.

Список используемых источников:

1. Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального [Текст] / Ж. Бодрийяр. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000. – 95 с.
2. Демченко, Л. М., Закирова, Т. В. Проблема взаимосвязи технического и социального в становлении «симулятивной реальности» как способа человеческого бытия в философии Ж. Бодрийяра [Текст] / Л. М. Демченко, Т. В. Закирова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. - № 7 (126). – С. 32 – 40.
3. Лукьяненко, В. И., Хабаров, М. В. НОМО CONSUMENS – человек потребляющий [Текст] / В. И. Лукьяненко, М. В. Хабаров // Век глобализации. – 2009. – № 2. – С. 149 – 159.

УДК 929

Мухамодеева Г.З., Шкарлет Е.А.
Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

ГРАЖДАНСКАЯ ВОЙНА И ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА

Аннотация. В статье рассмотрено событие, которое является одним из переломных моментов на территории Сибири в ходе гражданской войны. Гражданская война - одно из ярких

событий в истории нашего отечества. Сибирь и в частности Омск и Омская область стали территорией активных действий. Авторы статьи пришли к выводу, что важнейшие события истории всегда находили отклик в художественной культуре. Восстание на станции Куломзино в городе Омске является одним из переломных моментов в ходе войны. Оно тоже нашло отражение в искусстве.

Ключевые слова: гражданская война, Сибирь, Куломзино, восстание, белогвардейцы, красногвардейцы, Колчак, наследие, память.

Mukhamodeeva G. Z., Shkarlet E. A.
Financial University (Omsk)

CIVIL WAR ART AND CULTURE

Abstract. *The article deals with the event, which is one of the turning points in Siberia during the Civil War. The civil war is one of the significant events in the history of our Homeland. Siberia and in particular, Omsk and Omsk region became a territory of active hostilities. The authors of the article came to the conclusion that the most important events of history have always found a response in the art. The rebellion at Kulomzino station in Omsk is one of the turning points in the war. It is also reflected in art.*

Keyword: *civil war, Siberia, Kulomzin, the rebellion, the whites, the red, Kolchak, heritage, memory.*

Круглая дата, связанная с историей того или иного события, - это всегда повод еще раз осмыслить его. 2018 г. – столетний рубеж начала гражданской войны в Советской России. Сибирь в целом и наш город Омск и Омская область в частности стали территорией, на которой самым активным образом развивались события гражданской войны. В областном центре и в поселках и деревнях области сохранились памятники, посвященные этому периоду. Один из них находится в Кировском районе Омска. Установлен он был в 1925 году.

Памятник выполнен в виде четырехступенчатой пирамиды и увенчан небольшой ротондой с пятью колоннами. Автор проекта Д.М.Груздев. Все его части имеют определенное значение. Можно предположить, что сама пирамида – это символ движения вверх, к идеалам коммунизма. На одной из граней пирамиды была надпись: «Павшим 22 декабря 1918 г.» - на трех других: «Борцам за свободу». На нижний ярус памятника с четырех сторон ведут лестничные входы с глухими барьерами по сторонам. Четыре лестницы, ведущие к вершине пирамиды, символизируют стороны света, следовательно, весь мир. Общая высота памятника 7,26 м. За 100 лет он потерял свою былую красоту, но по-прежнему напоминает потомкам о событиях времен гражданской войны.

Что же за восстание произошло в Омске 22 декабря 1918 г.?

В годы Гражданской войны Сибирь активно использовалась российскими контрреволюционными силами и иностранными интервентами для борьбы с большевиками и Советской властью. Важная роль при этом отводилась чехословацкому корпусу, сформированному еще при Временном правительстве. По соглашению с Советским правительством корпус должен был сдать оружие и продвигаться во Владивосток для дальнейшей эвакуации в Европу.

В мае 1918 г. белочехи напали на ряд городов по линии Сибирской железной дороги. В июне 1918 г. в Омске была свергнута Советская власть.

Первоначально власть в Западной Сибири перешла к эсеровскому «Западно-сибирскому комиссариату». В конце июня 1918 г. в Западной Сибири вместо ликвидированного комиссариата сформировалось Временное сибирское правительство во главе с кадетом-монархистом П.Вологодским. Оно восстановило дореволюционные порядки. А в ноябре 1918 г. омские казахи офицеры провозгласили верховным правителем России и верховным главнокомандующим А.В.Колчака. В Омске и во всей Сибири установился режим военной диктатуры.

Большевики ушли в подполье, но продолжали свою работу. Они ушли в тайгу, скрывались в отдаленных от центра селеньях, где собирались с силами. Была установлена связь с хорошо законспирированными городскими ячейками, поэтому большевикам время от времени удавалось вызывать местные восстания.

В ноябре 1918 года в Томске состоялась II Сибирская партийная конференция РКП(б). На конференции было принято решение о подготовке вооруженного восстания за восстановление в Сибири власти Советов рабочих и крестьянских депутатов. Руководящий орган сибирских большевиков обосновался в Омске и начал подготовку к восстанию. Был создан Военно-революционный штаб, в каждом районе города формировались боевые дружины. Организаторами будущего восстания город был разбит на четыре района, в каждом из которых действовал свой штаб. Омское восстание должны были поддержать другие города Сибири. Восстание готовилось тщательно, и его руководители были уверены в успехе. Начало восстания было назначено на 22 декабря 1918 г.

Расчёт был, главным образом, на пленных красногвардейцев и рабочих. Небольшой отряд вооружённых заговорщиков должен был захватить городские склады оружия, освободить военнопленных из лагеря, арестантов из тюрьмы, вооружить их и с ними отправиться на узловую станцию Куломзино, которая находится в 150 километрах к востоку от Омска. Там предполагалось захватить железнодорожный путь, прервать телеграф и телефоны, разрушить железнодорожный мост на Иртыше и этим воспрепятствовать подвозу правительственных войск с фронтов.

Однако сохранить тайну восстания не удалось. В ряды повстанцев проникли провокаторы. Удалось накрыть тайную квартиру в момент заседания большевистского штаба, обсуждавшего последние мероприятия задуманного дела. Поздним вечером 21 декабря были захвачены и расстреляны руководители Второго района.

Решение штаба об отмене восстания не дошло до Четвертого района, и в ночь на 22 декабря вооружённые рабочие станции Куломзино на левом берегу Иртыша выступили против белогвардейцев. Они захватили станцию, разоружили милицию и батальон карпаторуссов (венгров), послали отряды для подрыва железной дороги. К ним присоединилась полурота охраны моста через Иртыш и русские военнопленные, возвращавшиеся из Германии. Восставшие разоружили казачью сотню, захватили тюрьму и объявили, что все политические заключённые свободны.

Весь поселок оказался в руках восставших. Выполнив свою задачу, штаб 4-го района стал ждать известий из военно-революционного штаба, будучи в полной уверенности, что в городе восстание развивается согласно плану.

Однако разрозненность восстания позволила Колчаку собрать силы и бросить их на Куломзино. К вечеру рабочий пригород был захвачен. Восстание было подавлено с большой жестокостью: войска с пулемётами и артиллерией загнали отчаянно сопротивлявшихся большевиков в депо, где им пришлось сдаться и сложить оружие. Колчак приказал всех, принимавших участие в восстании или причастных к нему, предать военно-полевому суду. В неравном бою погибло и расстреляно по приговору военно-полевого суда около тысячи восставших. Арестованных расстреливали и без всякого суда.

Омское восстание закончилось тяжелым поражением. Но оно вдохновляло трудящихся на борьбу против военной диктатуры, ослабило тыл Колчака и облегчило положение красноармейских частей на Восточном фронте.

В 1920-м году после освобождения Омска останки погибших и расстрелянных повстанцев были перезахоронены в центре поселка Куломзино. 7 ноября 1922 года на месте братской могилы был установлен первый памятник, а в 1925-м – тот, который сохранился до сих пор, по проекту скульптора Д.М. Груздева.

Памятник работы Д.М.Груздева выполнен в духе времени. Вспомним, что за год до установки памятника в Омске, в Москве был сооружен мавзолей Ленина – главный архитектурный символ советской эпохи. По проекту А.В.Щусева зимой 1924 г. всего за два дня на Красной

площади был сооружен деревянный мавзолей, который в 1930 г. был перестроен в камне. Мавзолей работы А.В.Щусева – ступенчатая пирамида, увенчанная кубом, символизирует вечность и корнями уходит к древним образам Египта и Месопотамии.

Неизвестно, видел ли Д.М.Груздев работу А.В.Щусева и использовал ее при проектировании памятника в Омске или отразил в своей работе тенденции художественной культуры 20-х годов. Но памятник, сделанный им, стоит, заставляя жителей города вспоминать и задумываться о трагических событиях гражданской войны.

Список используемых источников:

1. Воробьева, И.А. Политизация искусства и эстетизация политики.// Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации. Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов 18 мая 2017 г. /Под ред. д.э.н., доц.В.А.Ковалева и к.э.н., доц. Б.Г.Хаирова. В 2ч. Ч.II. – Омск. 2017. – С. 54–58.

2. Куничкин, А.М. История моей семьи в истории моей страны.// Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации. Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов 18 мая 2017 г. /Под ред. д.э.н., доц.В.А.Ковалева и к.э.н., доц. Б.Г.Хаирова. В 2ч. Ч.II. – Омск. 2017. – С. 149–153.

3. Очерки истории Омской областной организации КПСС. [Текст]/ ред.-сост. М.Е.Бударин - Омск: книжное издательство, 1987. – С.127–153.

4. Рыжих, А.П. Памятники Великой русской революции. Что изменилось за 100 лет? // Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации. Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов 18 мая 2017 г. /Под ред. д.э.н., доц.В.А.Ковалева и к.э.н., доц. Б.Г.Хаирова. В 2ч. Ч.II. – Омск. 2017. – С. 190–194.

5. Рябцев, Ю.С. История русской культуры. XX век.[Текст]/ Ю.С.Рябцев. – М.: Гуманит. изд.центр ВЛАДОС, 2004. – 320 с.

УДК 94(3)

Смешной М.И.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

РИМСКАЯ ЭЛИТА В V И VI ВЕКЕ

Аннотация. В статье рассматривается экономическое положение, этническое происхождение, профессиональная, а также религиозная принадлежность элиты Древнего Рима, проводится сравнение с элитой как республиканского Рима, так и элитой времен ранней Империи. При этом рассматривается не только не только период существования Западной Римской империи, но и период после ее падения. Также затрагивается аспект трансформации хозяйства Древнего Рима из рабовладельческого в раннефеодальное, которому поспособствовала именно древнеримская элита, а не захватчики, как обычно считается. В основном статья будет касаться представителей социальной верхушки, которые жили или непосредственно в Риме (потерявшем свое значимость), или на территории современной Италии, однако будет достаточно подробно написано о региональной элите. Ведь одним из признаков позднеримской элиты является ее регионализация. Также будут подробно разобраны другие признаки такие как: “варваризация”, приверженность большей части элиты Никейскому символу веры, малая социальная мобильность (за исключением армии), обновление (угасание старых родов, возвышение менее знатных).

Ключевые слова: элита; Древний Рим; Поздняя Античность; V век; VI век; обновление элиты; социальная мобильность; Западная Римская империя

Smeshnoy M.I.

Financial University (Omsk)

ROMAN ELITE IN V AND VI CENTURY

Abstract: *The article is dedicated to the economical condition, ethnical origin, professional and religious affiliation of the elite of the late Roman Empire. It will be compared with the Roman elite of Republic period and Early Empire period. The article will also consider not only the period of the existence of the Western Roman Empire but also the period after the fall. The aspect of the transformation from slavery to early feudalism will be also included in this article because of its connection to the Roman elite. Mainly, the article will be about the part of the of the Roman elite which lived in Rome or in nowadays Italy but a part of an article will be dedicated to the regional elite. Regionalization of the elite is one of the tendencies in the development of the Late Roman Empire. The other tendencies are: “barbarization”, attachment to Christian Orthodoxy (the bigger part of the elite), low social mobility (except army), renovation of the elite.*

Key words: *elite; Ancient Rome; Late Antiquity; V century; VI century; renovation of the elite; social mobility; Western Roman Empire.*

Понятие элита включает в себя людей, которые занимают высокое положение в обществе по сословным, политическим и иным причинам. Древнеримская элита имела огромный вес, особенно в поздний период империи, когда часто смещались императоры. Устойчивых династий в Западной Римской Империи за исключением династии за исключением династии Феодосия не было. Представители династии Феодосиев, к примеру Валентиниан, принимали решения, сильно завися от мнения приближенных – представителей римской элиты. Римская элита не хотела усиления какой-либо одной фигуры – известно, что она была категорически против Аэция, талантливого полководца, который мог остановить набеги варваров и распад империи. По ложному доносу он был убит Валентинианом. [5]; [8; с. 565]

Теперь можно перейти к тенденциям развития элиты Западной Римской империи. Первая из них – “варваризация”. Варваризация не означает падения нравов или уровня культуры. “Варваризация” означает включение представителей племен, которые римляне считали варварскими, в римскую элиту. Наглядным примером “варваризации” можно считать карьерный взлет Аэция, отец которого происходил из римской провинции Скифия. Также нельзя забывать о том, что в Риме некоторое время императоры не имели реальной власти – фактическим правителем был Рецимер – знатный германец, который сместил и даже казнил нескольких императоров. Аристократ-свев имел титул патриция, был даже консулом Западной Римской империи. До этого, в начале V века регентом Западной Римской империи был Стилихон, который имел вандальское происхождение. Таким образом, можно утверждать о рекрутировании представителей варварских народов в древнеримскую элиту, особенно по военной линии, ведь практически все варвары, добившиеся значительных высот в Западной Римской империи, были военачальниками. [1; p. 1089]; [2; p. 320]; [7]

Сильная децентрализация империи выражалась в регионализации элиты. Так, с V века можно смело говорить о существовании галло-римской, иберо-римской, африкано-римской, римо-иллирийской элиты. Особенно влиятельна была галло-римская элита, несколько ее представителей становились императорами Западной Римской империи. На территории римской Галлии вся полнота власти фактически сосредоточилась в руках нескольких родственных семей смешанного галло-римского происхождения. Это следующие семьи: Аполлинарии, Авиты, Сиагрии, Эннодии, Липицинии. Галло-римские элиты были достаточно сплочены, это помогло ее представителям занимать очень высокие должности в Западной Римской империи, несколько представителей галло-римской элиты стали префектами города. Многие представители гало-римской аристократии имели родственные связи со знатнейшими семействами Рима, такими как Аниции. Сепаратистские настроения были слабы, несмотря на то что Галлия имела широкую автономию. Даже тогда, когда Одоакр низложил Ромула Августа, наместник Суассона Сиагрий считал себя не независимым правителем, а наместником провинции, хотя провинция Суассон была окружена варварскими государствами, а Западной Римской империи не существовало. [9]

Регионализации древнеримской элиты указывала на скорую гибель империи, так как каждая региональная элита отдалялась от аристократов, живших непосредственно в Риме, а также от других региональных элит. Также существовал конфликт между региональными элитами, разные региональные элиты поддерживали разные варварские племена, а потом и королевства. Так, галло-римская элита имела налаженные связи с вестготами, в Тулузском королевстве при дворе вестготского короля состояли знатные галло-римляне. В аквитанских городах Вестготского королевства сохранился титул сенаторства, его получали галло-римские аристократы. [9]

Малая социальная мобильность обуславливалась существованием многочисленных родственных связей между представителями элиты, поэтому многие гражданские должности и титулы сосредотачивались в руках людей из сенаторского сословия. Возвыситься, будучи очень богатым купцом, было нелегко, купцы не имели обычного для римской элиты воспитания, а также занимались “неблагородным” делом. Также они не могли участвовать в политической деятельности. Только сын купца, который купит или построит виллу и женится на представительнице знатного римского рода.

Армия давала шанс продвинуться способным полководцам, они либо впадали в немилость элиты, либо захватывали власть, то есть армия была наиболее эффективным социальным лифтом в Западной Римской империи. [4; p. 236]

Римскую элиту позднего периода отличала от республиканской элиты, а также от элиты ранней империи тем, что отказывалась от использования рабского труда. Взамен ему пришел колонат – многие рабы были освобождены, но им был выделен участок земли, на котором они несли повинность в пользу его владельца-аристократа. К колонатам также относились военнопленные, должники. Возможно, причиной перехода к колонату были слишком суровые условия эксплуатации рабов и смягчение гнета было сделано с целью снизить недовольство. В любом случае, представителей поздней римской элиты отличало использование труда колонов. Колонат сохранился и в варварских королевствах и впоследствии трансформировался в крепостную зависимость крестьян. То есть, не захватчики-варвары были зачинателями феодализма в Европе, а представители римской элиты. Переход к предфеодализму был вызван рядом причин. Схожие процессы наблюдались в то же время в Армении. [8; с. 734]

Религиозный аспект также важен в анализе элиты позднего Рима. В большинстве представители элиты были никейскими христианами, в противовес варварам-арианам. Также были аристократы-язычники, среди них были неоплатоники, манихеи. Язычество было запрещено эдиктом 394 года, но втайне исповедовалось, в том числе представителями аристократии. Многие епископы происходили из знатных родов, часть из них причислена к лику святых. Покровительство никейскому христианству со стороны древнеримской элиты помогло ему стать единственным видом христианства в Европе. [3; p. 2]

Можно также утверждать об обновлении элиты: романизированные представители региональной знати заняли место старых плебейских и патрицианских родов. Патрицианские роды практически все вымерли к IV веку нашей эры, хотя от них не по прямой линии происходили представители новой элиты. Из плебейских родов республиканского Рима остались: Аниции, Деции, Руфийи. Они обладали огромным влиянием в Риме и были связаны многочисленными родственными связями друг с другом. Но большинство из представителей элиты было представителями новых родов. [6]

Таким образом, элита Западной римской империи претерпела ряд изменений: во-первых, в римскую элиту вошли нероманизированные варвары вроде Рецимера, во-вторых, элита имела региональный окрас, в-третьих поддержка со стороны римской элиты обеспечила доминирование никейского христианства, в-четвертых, именно позднеримская элита выступила проводником феодализма. Во многом, изменения в элите позднего Рима отражали изменения в политической и экономической жизни Рима.

Список используемых источников:

1. Gibbon, Edward, Decline and Fall of the Roman Empire, The Modern Library, New York, volume II
2. Frassetto, Michael (2003). *Encyclopedia of Barbarian Europe: Society in Transformation*. Santa Barbara: ABC-CLIO. ISBN 1576072630.
3. Ziche, Hartmut G, Late Roman elites and the attraction of ecclesiastical power, 2014,
4. Perkins, Judith, Local Elites and Power in the Roman World: Modern Theories and Models Roman Imperial Identities in the Early Christian Era.(New York, Routledge, 2009); p. 236
5. Кембриджский словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/elite>, свободный.
6. Социальные классы в Древнем Риме [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Social_class_in_ancient_Rome
7. Smith, William, Sir, ed. 1813-1893 A Dictionary of Greek and Roman biography and mythology. By various writers. Ed. by William Smith. Illustrated by numerous engravings on wood. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://quod.lib.umich.edu/m/moa/ACL3129.0003.001/662?rgn=full+text;view=image>, свободный.
8. ЭСБЕ 1й том, 15а, 1891-1895
9. Турский, Г. История франков, глава вторая [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.vostlit.info/Texts/rus/Greg_Tour/frametext2.htm, свободный.

УДК 316.6.

Стародумова А.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ФЕНОМЕН ПРОКРАСТИНАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. В данной статье делается попытка социально-психологического анализа феномена прокрастинации; автором анализируются основные теории, объясняющие возникновение данного явления, также раскрываются его специфические характеристики.

Ключевые слова: прокрастинация, отсрочка дел, спираль прокрастинации.

Starodumova A.

Financial University (Omsk)

THE PHENOMENON OF PROCRASTINATION IN A MODERN SOCIETY

Abstract. This article attempts a socio-psychological analysis of the phenomenon of procrastination; the author analyzes the main theories explaining the emergence of this phenomenon, also reveals its specific characteristics.

Keywords: procrastination, postponement of cases, the spiral of procrastination

Невероятный темп современной жизни, огромный информативный поток рекламно-новостных событий, концентрация разного рода политических, экономических, культурных, профессиональных процессов не просто меняют стиль жизни человека, но особым образом, трансформируют его сознание, его мироощущение, его онтологическую природу и психологические особенности. Современная реальность ставит перед человеком множество задач, и требует, порой, мгновенного принятия решений.

Современный человек может по-разному реагировать в данных обстоятельствах: стремиться все успеть и сделать в срок или отложить важные дела «на потом», отсрочить то, что требует много сил, времени или не вызывает интереса. Такой психологический феномен получил название «прокрастинация».

Целью данной научной работы является рассмотрение такого явления, как прокрастинация, выявление ее причин, последствий, а также разработка практических рекомендаций и способов преодоления данного психологического феномена.

Данная цель реализуется в ряде задач:

- раскрыть основные содержательные характеристики феномена прокрастинации в контексте социально-психологического анализа;
- проанализировать причины возникновения прокрастинации, а также, влияние данного феномена на мотивацию и деятельность человека;
- провести эмпирическое исследование в форме опроса и проанализировать полученные результаты.

Прокрастинацией в психологии называют склонность к постоянному откладыванию дел (в том числе важных и срочных), приводящую к жизненным проблемам и разрушающим психологическим эффектам. Этимологию слова можно найти в двух языках: от английского *procrastination* «задержка, откладывание» и от латинского *pro-* «для, ради», *cras* «завтра» или *crastinum* «завтрашний».

Современный человек ежедневно сталкивается с множеством задач, в частности с теми, которые вызывают психологическое нежелание, отвращение, неприязнь. Необходимость оперативного выполнения сложных, ответственных или рутинных дел, как правило, повергает человека в стресс, вызывает самые отрицательные эмоции и заставляет его прибегать к прокрастинации.

Прокрастинацию нельзя назвать ленью. Ленивый человек не желает ничего делать, наслаждается в безделье. Это не беспокоит ленивого. Человек, который подсознательно прибегает к прокрастинации, понимает важность отложенных дел, тем не менее, психологически не может начать работу над ним, хотя и рад бы. Кроме того, прокрастинацию нельзя назвать в полном смысле отдыхом. В этом случае человек не наполняется энергией, а, наоборот, растрчивает ее из-за постоянного беспокойства. Прокрастинация – это сложное, комплексное психологическое понятие, которое определяется как осознанная тенденция откладывать выполнение ведущей деятельности, которая сопровождается внутренним дискомфортом и приводит к отрицательным последствиям. В определенном смысле, существование феномена прокрастинации противоречит условиям современного общества, где человеку предъявляются особые требования к продуктивности, самостоятельности и ответственности личности.

Это явление – одно из главных препятствий, мешающих жить полной жизнью. Человек сожалеет об упущенных возможностях, самоупреки отнимают у него больше времени, чем ушло бы на решение задач, которые он постоянно откладывает. «Действительно, прокрастинация может затронуть любую сферу деятельности субъекта: трудовую (неспособность реализовать проект вовремя, сдать работу в срок), социальную (откладывание важных телефонных звонков, встреч, ответов на письма и т. п.), бытовую (откладывание запланированного ремонта, уклонение от выполнения домашних обязанностей и т. п.), учебную (откладывание подготовки домашних заданий, подготовки к экзаменам)» [1, с. 121].

Согласно имеющимся данным, прокрастинация является одним из существенных факторов, порождающих трудности в обучении. В связи с этим выделяется отдельное направление в исследованиях прокрастинации – так называемая «академическая прокрастинация» [2, с. 147].

Существует множество причин, вызывающих прокрастинацию: нелюбимая работа, скучное или неприятное дело, которое не приносит удовольствия; неумение человека расставлять приоритеты, выделять наиболее значимые и важные дела из общей массы обязанностей; неясность главных жизненных целей и приоритетов, собственных устремлений; неумение правильно организовать свое время; непонимание, с чего начать, как подступиться к работе; страхи и фобии: боязнь потерпеть неудачу, поражение, страх перемен, застенчивость и другие. Причиной прокрастинации может стать и излишний перфекционизм, когда человек не приемлет несовершенный результат своего труда и продолжает дорабатывать мельчайшие детали, и, как следствие, откладывает сроки сдачи работы.

Последствия прокрастинации могут быть как незначительными, так и разрушающими. Среди них выделяют:

- чувство вины. Для любого прокрастинатора характерны мысли вроде «я должен был сделать это раньше», «я не должен был терять время» и т.д.;

- стресс. Проявляется, когда приходит понимание того, что в запасе находится много невыполненной работы и очень ограниченное время. Человек, не зная, с выполнения какого дела начать, впадает в состояние стресса;

- снижение работоспособности. Когда мы занимаемся посторонними делами, не имеющими какого-либо отношения к работе, мы тратим драгоценное время в ущерб тому делу, которое необходимо выполнить. Этот процесс также сопровождается снижением внимания и мотивации;

- упрёки со стороны коллег или начальников. Не выполняя работу, прокрастинатор держит в стрессовом состоянии не только себя, но и руководителя. Такое его поведение провоцирует негативное отношение, критику и даже увольнение;

- чувство стыда. Постоянные упрёки со стороны, самоупреки и осуждение влияют на психическое здоровье прокрастинатора. Самооценка падает, возникает чувство угнетения и полное нежелание выполнять работу;

- спираль прокрастинации представляет собой замкнутый круг. Если работа не вознаграждается из-за постоянного затягивания и отсрочки дел, привычка прокрастинировать может усугубиться. Это в свою очередь приведет к упрёкам, ненависти к себе, низкой самооценке и снижению мотивации и эффективности.

Чтобы выяснить, является ли прокрастинация болезнью XXI века или же защитной реакцией организма, а также выявить отношение современного человека к данной проблеме в Омском филиале Финансового университета при Правительстве РФ был проведен опрос среди студентов в возрасте от 18 лет до 21 года, в котором приняли участие 60 человек.

Для того, чтобы понять насколько респонденты подвержены прокрастинации был задан следующий вопрос: «Замечали ли Вы за собой привычку «откладывать на завтра то, что можно сделать сегодня?» Равное количество опрошенных (по 3%) ответили «нет, всегда все делаю заранее» и «нет, но приходится бороться с желанием отвлечься». 49% ответили утвердительно, при том, что привычка откладывать дела не сказывается на результатах их работы. 45% респондентов отметили, что часто оставляют дела на последний момент и это значительно влияет на результаты их работы.

Далее следовал вопрос: «Сколько времени в день Вы посвящаете отвлеченным занятиям?» 3% опрошенных уделяют таким занятиям менее часа, 29% тратят на это 1- 2 часа в день, 36% – 3 - 4 часа и 32% опрошенных проводят за отвлеченными занятиями более 5 часов в день.

На вопрос о том, на какие вещи студенты отвлекаются больше всего, были даны следующие ответы: 13% опрошенных чаще всего отвлекаются на телефонные разговоры, 23% – на просмотр телевизионных программ, 29% отмечали за собой долгие отвлеченные размышления, 42% – излишние перерывы на чай/кофе, перекусы, 52% тратят свободное время на мелкие развлечения (прослушивание музыки, рисование, рукоделие и т.д.), и подавляющее большинство, 58% и 71%, как и следовало ожидать, проводят свое время за развлечениями в интернете (интернет-серфинг, социальные сети). Исходя из анализа полученных ответов на данный вопрос, можно сделать вывод о том, что главным отвлекающим фактором являются технические средства и всемирная паутина-Интернет.

Итак, мы видим, что 32% респондентов проводят за отвлеченными занятиями более 5 часов в день и около 40% являются частыми посетителями своих социальных сетей. Из совокупности ответов можно сделать вывод о том, что, действительно, социальные сети и Интернет в целом, являются главными факторами, которые отнимают свободное время, которое можно было бы потратить на важные дела.

Чтобы разобраться, в чем причина такого поведения студентов, им был предложен вопрос: «Что Вы могли бы выделить в качестве причин своей прокрастинации?» 7% ответили, что причиной откладывания дел является страх неудачи. 19% считают, что перфекционизм, попытка довести дело до идеального состояния мешают им вовремя справиться с поставленной задачей. 29% не понимают, с чего начать, поэтому постоянно дают отсрочку важному делу. 23% студентов не умеют правильно расставлять приоритеты, а 48% правильно распределять выделенное

время. Большинство респондентов - 52% и 87% опрошенных назвали основной причиной отсутствие интереса и отсутствие самодисциплины – соответственно.

Главный вопрос, поставленный в рамках данного эмпирического исследования, был сформулирован так: «Какое из высказываний, на Ваш взгляд, более точно описывает проблему прокрастинации?» 52% респондентов считают, что прокрастинация – это защитная реакция организма на множественные задачи, и 48% утверждают, что прокрастинация – это специфическая «болезнь» современного человека XXI века.

Подобное явление существовало и ранее, однако именно в современном мире, в эпоху развития информационных технологий и технических средств, оно приобрело новый смысл и стало более заметным. Можно сказать, что прокрастинация – это своеобразная ответная реакция современного человека, который вынужден жить в постоянном стрессе, на высокой скорости, одновременно решая множественные задачи.

Как же бороться с прокрастинацией и не поддаваться желанию отложить важное дело на пару дней, а то и недель? Все дело в отношении к ситуации. Вполне возможно, что относиться к поставленной задаче следует не как к обязанности, а как к вызову, делу, решив которое, вы станете компетентнее и профессиональнее. Следует распределять задачи по степени их важности и сосредоточиться на приоритетных. Это облегчит достижение поставленных целей.

Не стоит бояться неудачной попытки. Зачастую мы достигаем желаемого только путём проб и ошибок. Совершенствуя наши попытки с каждым разом, мы тем самым делаем возможным решение проблемы. Провал вынуждает человека искать другие пути и развивать дивергентное мышление.

В рамках концепции тайм-менеджмента рекомендуется планировать дела. Для этого следует все обдумать и расставить приоритеты. Что наиболее важно? Насколько это сложно? Сколько времени займёт? Лучше разбить задачу на несколько более мелких, чтобы четко видеть, что и когда нужно выполнить и правильно распределить свои силы и время.

Очень важно подводить итоги и награждать себя за успешно проделанную работу. Если ежедневно подводить краткий итог того, что вы успели сделать, какие дела остались нерешенными, то будет формироваться более четкое представление о текущем положении дел. Анализируя ход дела, вы тем самым способствуете повышению уровня самоконтроля и самоорганизации. Самостоятельно проведя оценку своих успехов, мы обязательно найдём то, чем можем гордиться. Награждая себя за успех, мы поднимаем свою самооценку и самоэффективность.

Если работа, которую необходимо выполнить, не приносит удовольствия, следует попробовать сделать ее более увлекательной и интересной. Ключом к победе над прокрастинацией и повышению мотивации может стать, например, составление списка преимуществ того, что мы делаем, работа в приятной обстановке или сосредоточение на долгосрочных перспективах.

Таким образом, в представленной статье были рассмотрены основные содержательные характеристики такого психологического феномена, как прокрастинация; проанализированы основные причины появления и способы преодоления данного явления. В определенном смысле, прокрастинация – это специфическая защитная реакция современного человека на множественные задачи. Но, несмотря на глобальность и широкую распространенность данной проблемы с ней можно и нужно бороться.

Дальнейшее исследование феномена прокрастинации является актуальным и перспективным, по причине широкой распространенности и малой изученности этого психологического явления.

Список используемых источников:

1. Варваричева, Я. И. Феномен прокрастинации: проблемы и перспективы исследования [Текст] / Я. И. Варваричева // Вопросы психологии. – 2010. – № 2. – С. 121 – 131.
2. Ивутина, Е.П., Шуракова, Е.С. Академическая прокрастинация как проявление защитно-совладающего поведения у студентов [Текст] / Е.П. Ивутина, Е.С. Шуракова // Вестник Вятского государственного университета, серия «Психология». – 2013. – № 4. – С. 146 – 151.

ОДИНОЧЕСТВО КАК ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УСПЕХА

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению одиночества как важнейшей социальной проблемы современного общества, а также основных причин ее возникновения. Феномен одиночества раскрывается в разных смысловых интерпретациях, в том числе, как фактор профессионального успеха.

Ключевые слова: одиночество, профессиональный успех, синглтон.

Tanskaya A., Shestakova D.A.
Financial University (Omsk)

LONELINESS AS A FACTOR OF PROFESSIONAL SUCCESS

Abstract. The article is devoted to the consideration of loneliness as the most important social problem of modern society, as well as the main causes of its occurrence. The phenomenon of loneliness is revealed in different semantic interpretations, including as a factor of professional success.

Keywords: loneliness, professional success, singleton.

В современном обществе одной из характерных тенденцией становится массовое устремление людей к жизненному успеху. Понятие «успех» имеет много содержательных трактовок: успех, как синоним счастья и удачи; успех, как цель и характеристика деятельности; как социальное признание, форма самореализации личности или высокий материальный уровень жизни. Одной из разновидностей жизненного успеха является профессиональный успех, который характеризуется высокими результатами в карьере, уровнем занимаемой должности, размером заработной платы, социальным уважением и признанием.

Современные мужчины и женщины все чаще связывают свой профессиональный успех с внутренней самооценкой, реализацией своих способностей, пониманием востребованности себя. Слагаемых профессионального успеха много. Однако среди них в большей степени выделяют такие личностные качества, как интеллект, целеустремленность, решительность, способность к самоорганизации, коммуникабельность и т.д.

В последнее время, все чаще в качестве одного из факторов профессионального успеха, социологи и психологи выделяют «добровольное одиночество». Несмотря на то, что большинство современных людей, достигших восемнадцатилетнего возраста, сохраняют традиционную установку на брак, число инакомыслящего населения, постоянно растет. Почему это происходит? Какими причинами можно объяснить новую социокультурную тенденцию к добровольному одиночеству?

Целью данного исследования является попытка социально-философского анализа добровольного одиночества как фактора профессионального успеха в современном обществе.

Данная цель реализуется в ряде задач:

- выявить социокультурные основания и причины появления нового феномена «добровольного одиночества»;
- раскрыть специфические особенности новых форм идентичности современного человека, как «синглтоны», «family-free»;
- проанализировать, каким образом «добровольное одиночество» становится одним из необходимых факторов профессионального успеха.

В социально-философской традиции понятие одиночество имеет целый ряд значений и интерпретаций:

Так, Б. Паскаль, М. Бубер определяли одиночество как «онтологическую бездомность», то есть неопределенность роли и смысла человеческого пребывания в мире, что можно интерпретировать как неприкаянность человека в бесконечности или отсутствие предустановленной гармонии человека с миром.

В экзистенциальной философии Ж.-П. Сартра, одиночество – это «обреченность» каждого человека на самостоятельный выбор образа действия, или, иначе говоря, невозможность переложить ответственность за свой выбор на другого.

В рассуждениях американского мыслителя и писателя Г. Торо, феномен одиночества транслируется как добровольное избегание контактов с другими людьми, преследующее цель сосредоточиться на каком-то деле, предмете, самом себе.

Современными социологами в контексте изучения темы одиночества были описаны новые формы человеческой идентичности, особая группа людей, сознательно выбирающих добровольное одиночество. Они получили название – синглтоны. Синглтон (singleton, от английского single – один) можно перевести как «одиночка», «единичный предмет, не имеющий пары». Данный термин стал использоваться в современном научном поле для обозначения образца жизни людей, которые сознательно отказываются от брака и семьи и предпочитают жить в одиночестве.

«Как правило, синглтоны – это вполне самостоятельные, самодостаточные люди, которые строят успешную карьеру и занимаются творческим и интеллектуальным саморазвитием. По своей сути, синглтон – индивидуалист, который активно работает над собственным благополучием и удовольствием. Он живет ради себя самого» [3, с. 139]. Синглтоны – это те, «кто предпочитает не заводить тесных дружественных или сексуальных отношений с далеко идущими намерениями, с опаской относится к любым новым знакомствам, те, кто не желает брать на себя ответственность за жизнь и безопасность другого, поскольку любое сближение обязывает» [1, с. 207]. По своей сути, синглтоны – карьеристы, сосредоточенные на достижении финансового успеха и карьерного роста. Главная цель жизни – это абсолютная самореализация.

По многим своим характеристикам современные синглтоны совпадают с таким социальным феноменом, как «яппи». Это понятие впервые появилось в американской культуре в 80-х годах XX века. Дословно «яппи» (Yuppie) – это аббревиатура от английских слов «Young» «Urban» «Professional» «Person» – молодой состоятельный профессиональный человек, который увлечен профессиональной карьерой, достижением финансового успеха. Яппи не стремятся реализовать себя в семейных ролях. Его цель – профессиональная самореализация. Яппи имеют престижную высокооплачиваемую работу и ведут активный светский образ жизни, ориентируясь на все то, что находится в тренде. В определенном смысле «яппи» были противопоставлены хиппи.

Возникает вопрос, почему все чаще неизменным атрибутом современного успешного человека становится одиночество? Каким образом одиночество приобретает значение необходимой составляющей профессионального успеха? Почему «добровольное одиночество» становится реальностью социальной жизни больших городов?

Люди сознательно отказываются от постоянства, которое предлагает им наличие семьи по нескольким причинам. Во-первых, данный образ жизни одиночки экономически целесообразен: одинокий человек оставляет на себя время, средства и личное пространство. Во-вторых, сознательное одиночество все чаще воспринимается в современном обществе как панацея от лишних стрессов и бытовых забот, которые с неизбежностью возникают у семейных людей. Третья причина кроется в том, что в современном мире пропагандируется гедонизм как главная цель и смысл жизни человека. Жизнь в удовольствие, свобода передвижения, индивидуальные запросы и вкусы – все это становится затруднительным, когда человек обзаводится семьей.

В-четвертых, свой вклад в процесс популяризации добровольного одиночества внесла революция в средствах связи. Новые технологии и виртуальная реальность позволяют человеку поддерживать опосредованное виртуальное общение, избегая при этом личных контактов, которые могут быть обременительными для занятого построением собственной карьеры современного человека. «В виртуальном пространстве можно легко завязать знакомство и так же

легко прервать общение; можно спрятать свое реальное «Я» за многочисленными аватарами, социально одобряемыми идеальными образами. Здесь все объекты легко изменяемы, а все параметры условны» [2, с. 151].

Таким образом, все чаще добровольное одиночество выбирают молодые, социально активные люди. Синглтоны – типичные представители современного общества потребления. Они ценят свободу, жизненный комфорт, личное пространство, все то, что позволяет им реализовать свои амбиции. Семья скорее рассматривается как помеха на пути к достижению собственных целей.

Наряду с появлением синглтонов, в современном обществе свою значимость приобретает такое движение как «childfree» и «familyfree», которое пропагандирует добровольный отказ от детности и семьи как таковой. Высокий уровень жизни и образования, по мнению ряда исследователей, ведёт к тому, что люди хотят жить для себя, а именно путешествовать, совершать дорогие покупки, посвящать свободное время различным хобби, а так же расти в профессиональном плане. Культивируемые ценности индивидуализма и гедонизма в современном обществе все больше идут в разрез с традиционными ценностями, в том числе и семьи, как важнейшего социального института.

Сегодня проблема состоит не в том, что появилась такая категория людей, как синглтоны или «childfree», которые сознательно выбирают одиночество, а в том, что их число активно растет.

В рамках изучения данной темы было проведено эмпирическое исследование в форме опроса. В социальном опросе приняли участие 92 респондента в возрастной группе от восемнадцати до двадцати двух лет – студенты высших учебных заведений города Омска. На вопрос о том, «Насколько важной составляющей жизни для Вас является семья?»

На свой ответ мы получили следующие ответы: 28% человек считают создание семьи очень важным шагом в жизни, 35% опрошенных не считают семью необходимой составляющей жизни современного человека, 22% человек колеблются в определении важности, а 15% и вовсе затруднились ответить.

Проведенное исследование показало, что в современном российском обществе, набирают популярность такие мировоззренческие позиции как добровольное одиночество, отказ от детей и супружества в целом. Создание семьи и продолжение рода как смысл жизни теряют свою актуальность и важность среди молодого поколения. На смену им приходит желание в самореализации и достижение профессионального успеха.

Список используемых источников:

1. Каштанова, О. В. Синглтоны – специфическая категория российских граждан [Текст] / О. В. Каштанова // Вестник Казанского технологического университета. – 2011. – № 3. – С. 206 – 212.

2. Маковецкая, Е.Н. SELFIE как способ бытия и самопрезентации современной молодежи в виртуальном пространстве [Текст] / Е.Н.Маковецкая // Современный ученый. – 2017. – Т. 2. – № 1. – С. 151-157.

3. Маковецкая Е.Н. Философия новой идентичности: от кидалтов до синглтонов [Текст] / Е.Н.Маковецкая // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание. – 2018. – № 5 (80). – С. 137-140.

УДК 159

Тимошенко Д.В.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ФЕНОМЕН МОББИНГА

Аннотация. В данной статье делается попытка рассмотрения феномена моббинга как особой формы взаимодействия людей в разных социальных группах; автором анализируются

основные характеристики и причины возникновения данного социально-психологического явления.

Ключевые слова: моббинг, буллинг, способ взаимодействия, коммуникация.

Timoshenko D.V.
Financial University (Omsk)

PHENOMENON OF MOBBING

Abstract. *This article attempts to consider the phenomenon of mobbing as a special form of interaction between people in different social groups; the author analyzes the main characteristics and causes of this socio-psychological phenomenon. This article attempts to consider the phenomenon of mobbing as a special form of interaction between people in different social groups; the author analyzes the main characteristics and causes of this socio-psychological phenomenon.*

Keywords: *mobbing, bullying, method of interaction, communication.*

Человек не может существовать вне общества. Каждый из нас живет в обществе, принимает активное участие в той или иной его деятельности, взаимодействует с другими членами социума. Однако существуют такие формы взаимодействия людей, которые являются деструктивными как для личности, так и для общества в целом. Одной из таких сложных и деструктивных форм межличностного взаимодействия является моббинг. Проблема моббинга в современном обществе все больше становится актуальной темой междисциплинарных исследований. Она исследуется в рамках социологии, конфликтологии, психологии, юриспруденции, философии морали и т.д.

Целью данного исследования является попытка социально-психологического анализа феномена моббинга. Данная цель реализуется в ряде задач:

- выявить социально-психологические основания и причины появления феномена моббинга;
- раскрыть специфические характеристики моббинга;
- рассмотреть и проанализировать ключевые причины возникновения такого явления, как моббинг;
- указать основные отличительные особенности моббинга как социально-психологического явления.

Термин моббинг («mobbing» – от англ. глагола «to mob» — грубить, нападать толпой, стаей, травить) впервые употребил австрийский зоопсихолог Конрад Лоуренс, изучая поведение диких животных. Однако, в сферу социально-гуманитарных исследований данное понятие вошло благодаря шведскому психологу Хайнцу Лейману в 80-х годах XX века. Он впервые придал данному термину социальное значение. Моббинг стал интерпретироваться как одна из форм психологического насилия в коллективе, в форме травли отдельного человека. Данное явление включает в себя систематическое агрессивное и неэтичное взаимоотношение одного человека или группы лиц с другим индивидом.

Другими словами, моббинг – это ничто иное как психологический террор, травля, негативное эмоциональное воздействие, преследование и унижение одного из членов коллектива со стороны других. «Средством достижения цели является распространение слухов, запугивание, социальная изоляция и в особенности унижения» [2, с. 58].

Несмотря на то, что проблема моббинга остается малоизученной в отечественной научной литературе, данное негативное явление проявляет себя в самых разных сферах профессиональных отношений.

Большинство исследователей выделяют два вида моббинга:

- 1) вертикальный – «боссинг» (bossing), когда психологический террор в отношении работника исходит от начальника;

2) горизонтальный – когда психологический террор исходит от коллег того же статуса и ранга. В англосаксонском диалекте это понятие обозначают как буллинг (от англ. bullying — тиранить, издеваться) [3, с. 33].

Что лежит в основе возникновения моббинга? Какие субъективные и объективные факторы становятся почвой для психологической травли человека?

Одной из причин, объясняющих данный феномен, являются психологические комплексы людей. Одни стремятся преодолеть свои страхи и комплексы собственными силами; другие трансформируют их в комплекс превосходства, стараясь самоутвердиться за счет других путем оскорбления и унижения. В этом случае, для агрессора моббинг становится своеобразным способом привлечения внимания и укрепления авторитета.

«Главной особенностью коммуникативного поведения буллера является серийность, т.е. при уничтожении одной жертвы буллер находит другую» [1, с. 103]. Коммуникативное поведение буллера характеризуется экспромтом, обманом, мошенничеством, лестью, двуличностью, которая проявляется в доброжелательном отношении и поведении буллера в присутствии руководства и жестком и агрессивном при подчиненных.

Объективными, социально-производственными причинами моббинга могут быть жесткое соперничество в той или иной сфере отношений, ролевые конфликты, дискриминирующие нормы в трудовом коллективе, управленческие ошибки, отсутствие культуры общения и т. д. Чаще всего основанием для появления моббинга становится конкуренция коллег за более высокий производственный статус, те или иные привилегии. Психологический стресс, страх, фрустрация, личностная неприязнь создают негативный психологический микроклимат в коллективе, который является основанием для проявления моббинга.

Сэндвич-моббинг (sandwich-mobbing) – самый опасный вид моббинга, явление характерное для руководителей среднего звена, заместителей. Социальный статус данных работников выше основного коллектива, но ниже начальника. Таким образом, при сэндвич-моббинге на сотрудника действует двойной прессинг, как со стороны начальника, опасаящегося своего заместителя, так и со стороны коллектива, один из представителей которого стремится получить повышение.

Кто становится жертвами моббинга? Это может быть любой человек, который чем-то не понравился агрессору, либо принципиально отличается от остальных членов группы. Жертвой может стать: новенький в уже сложившемся коллективе; слабый, не способный ответить на нападки человек; человек с внешними недостатками; человек с неформальным стилем.

Причиной психологической травли может оказаться любая незначительная деталь внешности, которую агрессор сочтет достойным поводом для издевок и травли. Чаще всего это та деталь, которую агрессор сам в себе не любит. Это может быть такая деталь внешности, которая просто не вписывается в рамки социальной нормы данной социальной группы, например, лишний вес. Этого будет достаточно, чтобы началась травля.

Жертвой моббинга часто становится человек, демонстрирующий высокие жизненные результаты, тот или иной профессиональный успех. Одаренность, талант, яркие личностные качества могут принести человеку не только общественное признание, но и зависть, порицание, психологическое преследование. Подобная ситуация нередко складывается не только в производственных, трудовых коллективах, но и в отношениях между школьниками и студентами. Успешный ученик, отличник, участвующий в конкурсах и олимпиадах, любимчик учителей и гордость и опора родителей может стать предметом моббинга. Такие люди не дают покоя агрессорам.

Анализ эмпирических исследований показывает, что цель моббинга – социальное убийство через понижение статуса. Безусловно, речь все же идет не о прямой физической агрессии, хотя в ряде случаев физический контакт присутствует. Мобберы не исключают варианта косвенного убийства, вернее, доведения человека до самоубийства, тяжелой болезни, инвалидизации. Позиция моббера определяется стремлением максимально воздействовать на ценностную структуру личности, чтобы разрушить жизненные мотивации, устремления и приоритеты жертвы.

Моббинг проявляет себя в любой сфере человеческих отношений: школа, университет, армия, трудовой коллектив. Моббинг не имеет принципиальных возрастных, гендерных, национальных различий. Но чаще всего именно дети школьного возраста становятся как жертвами, так и агрессорами. Ребенок не является зрелой сформированной личностью, не всегда четко понимает, во что может вырасти его «безобидная шалость». К школьному моббингу относят такие деструктивные вариации как: распространение необоснованных слухов; высмеивание; насмешки; бойкот; предоставление ложной информации; доносительство; причинение вреда здоровью; изнасилование; доведение до попытки самоубийства. Проблема состоит в том, что часто школьное руководство предпочитает не афишировать подобные случаи, в целях сохранения педагогической репутации. Делая вид, что такого явления, как школьный моббинг не существует, не порицая этот феномен, не предупреждая его, общество способствует его распространению и появлению латентного моббинга. Латентный моббинг скрывается под видом психологической напряженности в группе, интолерантности, внутренней конфликтности и нетерпимости во взаимодействии людей. Внутренние конфликты в лучшем случае выливаются в немотивированные протесты, бунты не только в школе, но и дома, нередко они загоняются внутрь и служат причиной многочисленных неврозов и девиантного поведения.

В современной мире развитых информационных технологий получает все большее распространение Интернет-моббинг, психологическая травля человека в социальных сетях со стороны хейтеров. Жертвой моббинга становится как обычный человек, так и известная личность. Подобные ситуации усугубляются анонимностью и безнаказанностью хейтеров.

В заключении можно отметить, что основными способами противостояния и профилирования моббинга в социальных группах могут быть проведение лекций по информированию о моббинге; диагностика моббинга и выявление факторов риска; обучение приемам самопомощи; психологическая помощь в стрессовых ситуациях; помощь в разрешении конфликтных ситуаций; проведение тренингов; коррекция профессиональных коммуникативных навыков; психологическая коррекция личностных установок и т. д.;

Список используемых источников:

1. Кораблева, В. Н. Проявление моббинга и буллинга на предприятии как социально-психологическая проблема [Текст] / В.Н. Кораблева // Материалы XXXIX научно-техн. конф. СевКавГТУ. – Севастополь: СевКавГТУ, 2010. – Т. – 3. – Общественные науки. – С. 103 – 108.
2. Кудинов, В. В., Нижегородова, Л. А. Моббинг в системе образования. Влияние моббинга на сферу профессиональной деятельности и психофизическое состояние педагога [Текст] / В. В. Кудинов, Л. А. Нижегородова // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. – 2011. – № 4 (9). – С. 58 – 63.
3. Сидоров, П.И. Синдром моббинга: ментальная экология деструктивного профессиогенеза [Текст] / П.И. Сидоров // Экология человека. – 2013. – № 6. – С. 33 – 40.

УДК 179.8

Черноусова В.А.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ ПРИЧИННОСТИ ЛЖИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные причины лжи, указывается на то, что причина лжи практически всегда кроется в желании человека улучшить своё положение, что, как ему кажется, без лжи достигнуто не будет. Делается вывод о том, что феномен заключается в том, что человек в большинстве случаев при помощи лжи не достигает своих целей, а только усугубляет своё положение.

Ключевые слова: Ложь, причины лжи, формы лжи, модели лжи, феноменология причинности лжи.

PHENOMENOLOGY OF CAUSES OF LIES

Abstract. *This article discusses the main causes of lies, indicates that the cause of lies almost always lies in the desire of a person to improve his position, which he believes will not be achieved without a lie. It is concluded that the phenomenon lies in the fact that in most cases a person does not achieve his goals with the help of a lie, and only aggravates his position.*

Keywords: *Lies, causes of lies, forms of lies, models of lies, the phenomenology of the causality of lies.*

По статистике люди прибегают к лжи, считая, что это единственный способ достигнуть желаемого, будь то более выгодное положение в обществе или страх быть пойманным. Однако, феноменология причинности лжи включает в себя множество причин, но не гарантирует достижение цели.

Ложь – утверждение, не соответствующее истине, намеренно неистинное утверждение (и этим отличающееся от заблуждения). Ложь является одним из способов, средств обмана. Психологическая структура лжи основана на сочетании трех факторов: утверждение лица не соответствует истине; лицо осознает неистинность своего утверждения; лицо ставит цель ввести другое лицо в заблуждение.

Феномен лжи широко исследуется в современном мире.

Феноменология причинности лжи значима для рассмотрения в связи с тем, что причины лжи весьма обширны и могут зависеть от множества факторов. Сам феномен лжи заключается в сознательном или подсознательном желании человека улучшить ситуацию для себя. К примеру, человек что-то сломал и, опасаясь последствий, обманывает, что это сделал кто-то другой. Попытка избежать последствий своих поступков – это наиболее распространённая причина лжи.

Зачастую человек даже не отдаёт себе отчёта в том, что он обманывает – это получается естественно и произвольно, и даже не откладывается у человека в памяти. Кроме того, большинство людей не понимает причин своего желания дезинформировать другого человека.

Причины лжи кроются как в сознании, когда человек осознанно, с пониманием дела, дезинформирует другого человека, чётко осознавая, что он делает и для чего, так и в подсознании, когда человек не отдаёт себе отчёта зачастую не только в том, почему он обманывает, но и даже не замечает собственную ложь.

Иные люди понимают, что ложь осуждаема, продолжают это делать, и дают своей лжи оправдательные описания и характеристики, чтобы в собственных глазах казаться лучше. Это позволяет человеку сохранять собственное лицо и самооценку в собственных глазах, хотя подсознательно он прекрасно понимает, что врёт, и что занимается оправданной собственной лжи.

Некоторые люди подходят ко лжи осознанно системно.

Особенно часто подобный подход на практике можно встретить в вопросах, напрямую связанных с извлечением финансовой выгоды, по сути, в любой коммерческой организации, где дезинформация (она же сознательная ложь) применяется для манипулирования мнением потребителя с целью получения большего количества заказов. Подобная ложь применяется как в бизнесе, так и в политике, где преследуются не финансовые цели, а цели политические, когда за счёт дезинформации политическая сила желает привлечь на свою сторону наибольшее количество сторонников, и тем самым укрепить свои властные позиции.

Подсознательные процессы, в отличие от сознательных, как правило, не осознаются человеком и им не контролируются, но при этом оказывают значительно большее воздействие на жизнь человека, чем процессы в сознании. Главной подсознательной причиной, подталкивающей человека ко лжи, является страх. Именно подсознательный страх толкает человека на ложь в любых ситуациях, в любых отношениях, по любым причинам и для

достижения любых целей. В частности, слабость характера человека прямо проявляются в потакании собственным страхам, и выстраивании своего поведения на их основе.

Характерным практическим примером лжи из страха является ложь, целью которой является избежание наказания. Жадность – это также крайне распространённая причина лжи, когда, в частности, то или иное лицо руководствуется корыстью и личным интересом. При этом жадность тоже является следствием подсознательного страха. Человек боится за свою жизнь, за своих близких, боится, что, если его уволят или его бизнес обанкротится, то он и его ближайшее окружение будут находиться в опасности перед лицом голода и возможности потерять кров. Лесть, как одна из форм поведения при общении, является распространённым явлением. Цель лести – улучшить отношение человек к льстецу. Лстец же идёт на лесть, то есть на преувеличение достоинств, приукрашивание иных черт другого человека, также исходя из своего внутреннего страха.

Зависть также является подсознательной причиной для лжи. В данном случае человек, как правило, из зависти своей ложью старается очернить объект своей зависти для того, чтобы ухудшить его положение и тем самым уменьшить собственную зависть к нему, и этим уменьшить собственное внутреннее страдание от зависти. Это глубоко подсознательные процессы.

Выводы: гипотеза подтверждена, феномен лжи действительно преимущественно объясняется стремлением получить желаемое и кроется в желании человека улучшить своё положение, что, как ему кажется, без лжи достигнуто не будет. Но феномен заключается в том, что человек в большинстве случаев таким способом не достигает своих целей, а только усугубляет своё положение.

Список используемых источников:

1. Анисимова, Н. П. Личностная обусловленность склонности ко лжи: учебник [Текст] / под ред. Н. П. Анисимова. – Воронеж: ООО «Вэлборн», 2015. – 112 с.
2. Борозинец, А. О. Социально-психологические особенности проявления лжи: учебное пособие [Текст] / под ред. А. О. Борозинец. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2017. – 36 с.
3. Любимова, Т. М. Язык лжи: учебник [Текст] / под ред. Т. М. Любимова. – М.: МГУ, 2017. – 89 с.
4. Райм, А. А. К вопросу о лжи: учебник [Текст] / под ред. А. А. Райм. – Барнаул: АлтГУ, 2015. – 259 с.
5. Скрышник, О. В. Феномен лжи и особенности его понимания: учебное пособие [Текст] / под ред. О. В. Скрышник. – Ялта: Крымский федеральный университет, 2016. – 438 с.

СЕКЦИЯ №8. ФАКТОР ОБРАЗОВАНИЯ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ФИЛОСОФИИ ПАРТНЕРСТВА

УДК 338.24

Алексеева А. В.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

МИССИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В КОНТЕКСТЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ПОДХОДА

Аннотация. В работе проводится анализ миссий омских организаций на основе данных корпоративных сайтов. Изучается смысловая нагрузка миссий организаций, а также оформление корпоративных сайтов для выявления особенностей формирования отношения потребителя к товарам (услугам) организаций. Итогом работы стал анализ миссий организаций с позиции междисциплинарного подхода на основе данных корпоративных сайтов (на примере предприятий г. Омска).

Ключевые слова: миссия организации, корпоративная культура, цели организации, клиентоориентированность, восприятие.

Alekseeva A. V.

Financial University (Omsk)

MISSION OF THE ORGANIZATION IN THE CONTEXT OF INTERDISCIPLINARY APPROACH

Abstract. In work the analysis of the mission of Omsk companies based on data from corporate sites. The semantic load of missions of the organizations and registration of corporate sites for identification of features of formation of the relation of the consumer to goods (services) of the organizations is studied. The result of the work was the analysis of the missions of organizations from the standpoint of an interdisciplinary approach based on the data of corporate sites (for example, the enterprises of Omsk).

Keywords: organization's mission, corporate culture, organization goals, customer focus, perception.

Управление организацией основывается на классических элементах теории управления, которыми являются цели создания организации, стратегические планы, долгосрочное прогнозирование и т.д. Среди этих элементов особо выделяется миссия организации, как собирательное понятие, включающее в себя все вышеперечисленные аспекты. Миссия оказывает влияние на все стороны управления и определяет его функции, методы, приоритеты.

Роль миссии имеет ключевое значение для эффективного управления организацией и достижения её целей. Данный аспект корпоративной культуры оказывает влияние на организационную структуру управления и методы принятия решений. Именно поэтому современным отечественным предприятиям необходимо уделять больше внимания этому элементу менеджмента. Все вышесказанное и определяет актуальность темы данной работы.

Целью работы является анализ миссий организаций с позиций междисциплинарного подхода на основе данных корпоративных сайтов (на примере предприятий г. Омска). Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- изучить миссии некоторых омских организаций;
- проанализировать смысловые нагрузки миссий омских организаций;
- проанализировать оформление корпоративных сайтов омских организаций и их влияние на восприятие потребителей;
- провести сравнительный анализ миссий омских организаций.

Автор рассматривает миссию организации с позиций междисциплинарного подхода. Междисциплинарный подход позволяет изучить объект в его целостности, систематизировать данные, способствовать возникновению таких новых концепций, которые могут расширить существующее научное знание. Автор считает, что применение междисциплинарного подхода в контексте рассматриваемой проблематики является оправданным, т.к. предмет исследования является сложным. Поэтому для изучения миссии организации привлекаются методология маркетинговых исследований, социальной философии и психологии.

Миссия организации – это основополагающая цель, сочетающая в себе особенности всех основных и разнонаправленных целей организации, которая определяет место организации, ее отличительные особенности и функции, а также содержит в себе главный смысл деятельности всей организации, ориентируясь при этом на группы людей, оказывающих то или иное воздействие на деятельность организации. Она является постоянной частью стратегического плана и с течением времени может лишь принимать более развернутую форму без значительных преобразований в содержании.

Важно понимать, что миссия – это отражение видения своего предприятия для собственника или работников, а также твоего рода «памятка» для контрагентов и прежде всего клиентов. Именно поэтому процесс формирования данного аспекта корпоративной культуры организации имеет огромное количество особенностей:

- 1) нужно хорошо изучить все элементы внешней среды;
- 2) важное значение имеет особый стиль поведения работников организации;
- 3) необходимо выявить особенности функционирования организации;
- 4) целесообразно ознакомиться с историей и корпоративными принципами организации;
- 5) должны быть раскрыты основные функции организации;
- 6) содержание миссии должно быть понятным, лаконичным, запоминающимся, иметь лозунг и оптимистичный посыл [1; 2].

Для того, чтобы на практике проследить особенности такого аспекта корпоративной культуры как миссия, было решено проанализировать миссии организаций города Омска, которые представлены на их корпоративных сайтах.

Довольно обширной и расшифрованной оказалась миссия торговой группы «ПобЕда», расшифрованная четырьмя подпунктами. В первом логично определены долгосрочные цели деятельности, что сразу же наталкивает на мысль о том, что организация самосовершенствуется и стремится к лучшим результатам. Второй пункт перечисляет все существующие преимущества рассматриваемой торговой сети, прослеживается мысль об ориентации на клиента и его благополучие. Дополняется данная мысль содержанием третьего пункта, где особое внимание уделяется качеству продаваемой продукции. Термин «качество жизни» бросает вызов всем конкурентам и открывает двери для заинтересованных покупателей. Отдельным четвертым пунктом выделен аспект, связанный с профессиональными навыками каждого из сотрудников, их заинтересованностью в предоставлении наиболее качественных услуг. Девиз, которым завершается миссия подтверждает мысль о добросовестном персонале [7].

Рассмотрим цветовую гамму и оформление данного раздела сайта в целом. Стоит отметить, что основное пространство здесь белого цвета, сама миссия – выделена зеленым цветом, также присутствует красный цвет, однако он играет роль своеобразного символа организации, т.к. все логотипы торговой группы «ПобЕда» имеют оттенки красного. Шрифт стандартный (Times New Roman), большая часть текста классического черного цвета. Отсюда хочется отметить простоту оформления данного раздела корпоративного сайта организации, т.к. она в некоторой мере напоминает обычный текстовый документ, с которым потребители постоянно сталкиваются в повседневной жизни. Сочетание «черный текст на белом фоне» не заостряет внимание потенциального покупателя, ему неинтересно читать стандартно оформленный текст. С другой стороны, выделение основной мысли зеленым цветом играет небольшую положительную роль. С данным цветом на подсознательном уровне у людей ассоциируется «правильность», «доб-

рение», «безопасность», а это в свою очередь приводит к тому, что выделенный из всего стандартного текста фрагмент при прочтении на уровне восприятия заочно вызывает доверие потребителей к посылу организации [7].

Миссия представлена и на корпоративном сайте кондитерской «Сладонез». Она довольно лаконична, однако в ней прослеживается довольно много важных аспектов. Отождествляя свои кондитерские изделия с семейным общением, компания не только выражает свои преимущества среди конкурентов, но и тем самым визуализирует картинку для обычных покупателей, что в некоторой степени может стимулировать их интерес. Стоит отметить, что данная мысль представлена в самом конце страницы раздела «Компания», где помимо нее присутствует также большой объем статистической информации, о структуре производства изделий и наградах организации. Непонятно почему такой важный аспект корпоративной культуры представлен в самом конце, ведь обычный потребитель не всегда пролистывает большие объемы информации [6].

Обратимся к анализу оформления. Текст представлен на серо-бежевом фоне, довольно крупно, шрифт достаточно спокойный также теплого коричневого цвета. Миссия сопровождается фотографией продукции данной организации – сахарного печенья в виде солнца с улыбкой – от которой излучается солнечный цвет. Такое оформление полностью соответствует представленной миссии («теплые отношения»), отображенные в миссии, передаются через теплую цветовую гамму и «некричащий» шрифт), а также на уровне восприятия располагает к себе потребителей, такому производителю хочется верить [6].

Еще более короткой является миссия компании «СибХолод», которая закреплена на всех страницах корпоративного сайта «на самом видном месте» – верхней панели над выбором основных разделов сайта. К сожалению, данный слоган никаким образом не определяет особенности данной организации. Ориентация составителей данной миссии на качество имеет не самую большую актуальность исходя из специфики производства данной организации. В частности, такой продукт как мороженное может в своей миссии быть более ориентирован, например, на детей, а также здесь просто необходима какая-либо особенность, так называемая «фишка» производства, что обусловлено огромным количеством конкурентов [5].

Яркое оформление в бело-голубых тонах привлекает внимание потребителей своей красочностью, присутствует огромное множество яркой рекламы продукции. Однако, из-за всей «пестроты» миссия, имеющая центральное расположение на сайте, практически не привлекает к себе внимание, т.к. она оформлена также на голубом фоне белыми буквами. Представленный лозунг не заинтересовывает не только с точки зрения заложенного смысла, но и с точки зрения оформления. Однако стоит еще раз отметить, что данная мысль сопровождает пользователя на протяжении всего «путешествия» по корпоративному сайту организации, что говорит о том, что фирма сделала ставку на зрительное запоминание своей основной мысли благодаря ее многократному прочтению [5].

Наиболее емкой и структурированной стала миссия компании «Лужайкино». Здесь можно увидеть помимо основной миссии, такие разделы как «Видение», «Бизнес-идея», «Философия», а также впечатляет мультимедийный раздел «История». Довольно короткая миссия несет в себе и ориентацию на клиента (в словосочетании «тепло солнца»), и описание собственного продукта, и основную цель деятельности. Дополняет миссию компании ее особое видение. Здесь четко прослеживается концентрация внимания потребителя на главной особенности производственного процесса (экологичная упаковка), а также присутствует долгосрочная цель (забота об окружающем мире). В этих же направлениях выступает и представленная бизнес-идея. Отдельно стоит рассмотреть самый крупный структурный раздел миссии компании «Лужайкино» – философия. В достаточно объемном тексте-рассуждении о пользе и значимости молока и молочной продукции присутствуют слоганы, которые нацелены на визуализацию, что способствует росту интереса у потенциального потребителя. Именно в рассматриваемом разделе упоминается, что основой деятельности является опыт сотрудников, их честность и профессионализм. Данный аспект в какой-то степени способствует тому, что уровень доверия к данному производителю будет повышаться [3].

Как отмечалось ранее, при формировании миссии организации довольно большое значение имеет история становления и развития предприятия. Данный аспект среди всех проанализированных организаций города Омска соблюден лишь у компании «Лужайкино». Причем данная информация представлена в довольно интересной и удобной мультимедийной форме, что также демонстрирует первоочередную ориентацию данной организации – на потребителя.

В целом по цветовому оформлению корпоративный сайт рассматриваемой организации не слишком отличается от предыдущей – голубые и белые оттенки. Однако именно на этом сайте была выявлена очень интересная с точки зрения оформления особенность. Во всех разделах в том или ином проявлении присутствует главный символ предприятия – нарисованная в довольно простой технике корова. Это не может не привлекать внимания потребителя, особенно детей, ведь сайт в целом очень хорошо оснащен мультимедийно (плавные переходы по разделам сайта, анимации и много рисунков похожи на своего рода мультфильм). Однако, снова прослеживается проблема однообразно оформленного текста миссии (стандартный шрифт черного цвета на белом фоне).

Последней организацией, у которой удалось проследить миссию на корпоративном сайте стал Завод розлива минеральной воды «Омский». Сразу «бросается в глаза» конкретизация географического положения потребителей, на которых ориентируется данное предприятие. С одной стороны, это хорошо, т.к. зачастую горожане больше отдают предпочтение продукции местного производства. А с другой стороны, данный аспект как бы ограничивает сферу распространения и реализации продукции завода. Хотя, возможно, это сделано намерено. В миссии звучат клиентоориентированные слова: качество жизни, оздоровление, удовольствие, полезная и чистая минеральная вода, здоровье. Однако в то же время в них скрыта и основная цель деятельности предприятия, что в целом воздействует на уровень доверия покупателя к производителю. Выделение словосочетания «чистая вода» как нигде имеет особое значение для жителей Омск и Омской области в связи с экологическими проблемами данного региона. Прослеживается очень интересная отличительная особенность данного продукта от других – обеспечение отличного самочувствия, а также такие злободневные темы как процесс старения и предотвращение болезней. Если взглянуть на данную информацию с другой стороны, можно также проследить, что предприятие может ориентироваться в основном на более зрелое поколение, а также женщин. Однако буквально в следующем предложении говорится об активном жизненном ритме и молодости. То есть продукция завода, судя по миссии, подходит абсолютно всем. К минусам можно отнести отсутствие информации о персонале. Однако, учет других всесторонних аспектов «перекрывает» данный недочет [4].

Для миссии на сайте выделено специальное место, присутствует крупный синий шрифт на белом фоне, а также рамочки в виде струй воды и логотип завода. Именно эти элементы не делают текст на белом фоне скучным и однообразным, а также привлекают внимание пользователя. В целом такое оформление в спокойных тонах с добавлением незатейливых элементов (использование рисунков природных объектов – травы и листья) наталкивает потенциального покупателя на уровне восприятия на мысль о натуральности продукта, его полезности для организма что в свою очередь полностью соответствует смыслу представленного посыла организации [4].

Итогом работы стал сравнительный анализ рассмотренных миссий организаций города Омска. В результате анализа были выявлены некоторые общие черты, отличия и имеющиеся проблемы. Рассмотрим сходства миссий организаций г. Омска.

1. Четко прослеживается принадлежность региона к Сибири. Так, например, у компаний «Сладонез» и «Лужайкино» в их миссиях присутствуют слова о тепле и солнце, которых как раз так не хватает сибирякам. Завод розлива минеральной воды «Омский», в миссии которого «лейтмотивом» проходит вопрос о здоровье, также ориентируется на поддержание жителей региона с ослабленной экологической ситуацией.

2. Каждое из предприятий в той или иной степени затрагивает проблему качества производимой продукции. Это довольно логично, ведь данный критерий является основополагающим при выборе продукции любого вида.

3. Ориентация всех рассмотренных организаций на облегчение жизни своих клиентов и повышения уровня жизни.

4. Наличие лозунгов и девизов, которые привлекают внимание потенциальных клиентов быстрее, чем тексты, в которых отражены ключевые аспекты деятельности фирмы. Большинство рассмотренных организаций используют в таких фразах приемы визуализации, что в некоторой степени может влиять на улучшение отношения к производимой продукции со стороны клиентов.

Выделим отличия миссий омских организаций.

1. Прежде всего, размер и содержание миссий. Одни организации ограничиваются лаконичным лозунгом, другие напротив «раздувают» огромный текст практически об одном и том же, третьи используют емкие, но в то же время лаконичные высказывания, но при этом расширяют их в других разделах или пунктах. Данная ситуация объясняется, во-первых, спецификой каждого отдельного производства, во-вторых разностью целей формирования миссий и в-третьих разным уровнем знаний в области корпоративной культуры и в частности по вопросу составления миссии организации.

2. Не все организации стремятся отобразить в своих миссиях информацию о персонале, перекрывая все содержание рассуждениями о качестве и глобальными целями. Это может быть связано со стилем управления в организации. Авторитарные собственники предпочитают больше выставлять напоказ личные достижения, увязывая их с достижениями организации и ее целями. В свою очередь, более демократичные и разумные руководители отводят в миссиях почетное место для профессионального персонала, который, по сути, является основой деятельности и создания той самой качественной продукции, к которой стремятся производители и которую ждут клиенты.

3. Принадлежность клиентов, на которых ориентируется организация в своей миссии, к тому или иному социальному слою. Отсюда и разные подходы к привлечению внимания покупателей, разные методы «захвата» их внимания: от визуализации семейного чаепития с кондитерской продукцией до омоложения от употребления минеральной воды.

4. Очень малое количество организаций упоминают в своей миссии об экологически чистом производстве, применении новейших технологий и оборудования, а также о сохранности окружающей среды. А ведь такая информация на сегодняшний день очень значима и актуальна для большого количества потребителей.

На основе практического анализа миссий организаций города Омска, представленных на их корпоративных сайтах, можно сделать вывод о том, что большинство руководителей организаций города Омска не уделяют должного внимания корпоративной культуре организации, не формируют и не представляют на сайтах собственную миссию как основополагающую идею своей деятельности. Поэтому можно утверждать, что высшему руководящему звену необходимо уделять более пристальное внимание вопросам корпоративной культуры, что будет способствовать как улучшению социально-психологического климата внутри фирмы, так и укреплению конкурентных преимуществ, повышению доверия со стороны потребителей.

Список используемых источников

1. Никифорова, Е., Резникова, Н. Система сбалансированных показателей: интегрированный менеджмент // Проблемы теории и практики управления – Москва, 2016. – С. 46-53.

2. Шутенко, Н. Д. Феномен миссии в стратегическом целеполагании российских организаций // Социологические исследования – Москва, 2018. – С. 84-90.

3. Лужайкино [Электронный ресурс] / О компании // – Режим доступа: <http://xn--55-bkcxlfhexk2c.xn--p1ai/about/philosophy>, свободный.

4. Омский [Электронный ресурс] / О компании // – Режим доступа: <http://www.omskaya1.ru/index.php/o-kompanii>, свободный.

5. СибХолод [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.sibxolod.ru/>, свободный.

6. Сладонез [Электронный ресурс] / Компания // – Режим доступа: <https://sladonezh.ru/kompaniya/>, свободный.

7. Торговая группа ПОБЕДА! [Электронный ресурс] / Миссия // – Режим доступа: <https://pobeda-market.ru/mission>, свободный.

УДК 327.88

Армидонова М.Е.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

ПРОБЛЕМА НЕПРОСВЕЩЕННОСТИ НАРОДА В УСЛОВИЯХ ДЕМОКРАТИИ

Аннотация. В статье рассматривается проблема взаимодействия общества и государства на примере русского менталитета, затрагивая реакцию современной молодежи на проводимую политику. Также рассматривается непросвещенность граждан в стране и кто ответственен за просвещенность в современном государстве.

Ключевые слова: демократия, свобода, непросвещенность, молодежь.

Armidonova M.E.

Financial University (Omsk)

THE PROBLEM OF THE LACK OF EDUCATION OF THE PEOPLE IN MODERN DEMOCRACY

Abstract. The article deals with the problem of interaction between society and the state on the example of the Russian mentality, affecting the re-action of modern youth on the policies being pursued. It also considers the lack of education of citizens in the country and who is responsible for enlightenment in the modern state.

Keywords: democracy, freedom, lack of education, youth.

Демократия, как и политические идеи в целом, зародилась в государстве далеко не сразу. Как отвечает Мухачев Р.Т.: «Зарождение политических идей относится к периоду объединения восточно - славянских племен под властью киевского князя. Формирование древнерусского государства и укрепление княжеской власти потребовало обоснования их божественного характера. Древнерусское государство было раннефеодальным, в нем сохранялись свободные общинники, процесс образования классов не был завершен, продолжали играть важную роль вечевые традиции. Поэтому обоснование божественного характера княжеской власти опиралось на привычные патриархальные, общинные ценности, в которых отношения князя и его подданных воспринимались как отношения отца и сыновей.» [2, с. 70] это был сложный многовековой процесс, приведший к тому, что мы можем наблюдать сейчас.

Томас Джефферсон – третий президент США, живший в 19 веке сказал: «Если вы думаете, что условиях демократии можно быть непросвещенным и свободным, то вы ошибаетесь». Данная проблема актуальна по сей день, ведь современное общество не интересуется и не хочет интересоваться тем, что происходит в государстве.

Что такое демократия? Это политический строй, при котором верховная власть принадлежит народу. Свобода – это, прежде всего, независимость, отсутствие каких-либо ограничений, связывающих общественно-политическую жизнь и деятельность какого-либо класса, всего общества и его членов. Но если народ не просвещен, разве он может быть свободным? Разве он сам себя не «загоняет» в рамки несвободы?

Демократия существует или может существовать в принципе, но этому препятствуем либо мы сами, либо действующие олигархи, непосредственно влияющие на все сферы общественной жизни. И проблемы эти в общем и целом — разрешимы. Рецепты исправления ситуации просты: «А давайте изберем правильных политиков», «Давайте же наконец делать из жителей граждан, просвещая отсталых».

Ясин Е.Г. представляет следующую оценку современной демократии: «Победители, сторонники президента и новой партии власти «Единой России», утверждают, что все хорошо. Мы пользуемся достоинствами политической стабильности. Все демократические институты работают. Есть оппозиционные партии — слева и справа, хотя последние и не прошли в Думу. Но они сами виноваты, не нашли пути к сердцу избирателя. Коммунисты потеряли много голосов, но ведь нельзя бесконечно жить вчерашним днем, пора считаться с реальностью.» мы лишь идем на поводу у власти, не видя общей картины, которую тщательно от нас скрывают, считая нас глупцами. [3, с.19]

Самый яркий пример: выборы президента или же представителей партий в органы власти. На первый взгляд все очень демократично: вот бюллетень, вот представители, мы голосуем, казалось бы, за честного и достойного человека, который обещал «свернуть горы» ради народа, но мы голосуем за человека, исходя из своих мнений или же это навязанное СМИ. Поэтому осознанность нашего выбора – это ничто иное как иллюзия и самообман. Тем не менее. Человек – существо разумное и способно самостоятельно принимать решения. Согласно Конституции РФ: «Носителем суверенитета и единственным источником власти в Российской Федерации является ее многонациональный народ.» [1, с.3]. Так зачем все эти манипуляции с сознанием народа, можно же принять тоталитарный режим и точно так же управлять народом? Зачем все делать таким сложным, тратить миллионы на избирательные округа, избирательные кампании и т.п.?

Затем, что власти необходима легитимность, признание народа, даже если это происходит через манипуляцию. Ставя крестик в бюллетене, мы подтверждаем легитимность власти, тем не менее постоянно жалуемся, что хорошей власти нет.

Понятие непросвещенности можно рассмотреть с разных сторон. Одну из них мы рассмотрели ранее. А если рассмотреть с точки зрения незнания человеком своих прав и обязанностей? Ведь любая свобода определяется какими-либо рамками. Будь то сами принципы человека или закон, которому он подчиняется. В Конституции прописаны семь обязанностей Гражданина РФ. А сколько прав? В два или три раза больше. Так почему же человек чувствует себя несвободным? Наверное, потому что его права и свободы регулярно нарушаются органами местного управления. Или они регулярно «смотрят» на людей, живущих в других городах и странах.

Свобода, если посмотреть, довольно разностороннее понятие. Что для одного человека свобода, то для другого «клетка». Например, в православной религии довольно много «запретов», но многие люди, принимая православие, чувствуют себя свободными, потому что они приняли их и считают истинно правильными и справедливыми. Так же и с демократией. Только тогда, когда люди примут все «запреты», прописанные законом, люди и поймут всю суть данного политического режима.

Существует и иная точка зрения непросвещенности, довольно сомнительная, но я хотела бы это отметить, поскольку считаю это неоспоримо важным. Это эмиграция молодого населения. Все «сидят» в социальных сетях и читают различные мнения в адрес России, из-за чего и складывается впечатление «плохой страны». У молодежи формируется мнение, что где-то лучше, чем у нас. Но они абсолютно не представляют всей ситуации в другой стране. Это и есть непросвещенность. Как навязанное кем-то мнение и неспособность иметь свое на основе собственных выводов и собственного опыта. Эта точка зрения напрямую связана с воспитанием молодежи, что является недостающим компонентом в современной демократии.

Я, будучи представителем молодежи и будущего страны, думаю, что люди, которые были воспитаны при авторитарном режиме, не могут сделать демократию. У них совершенно другое мышление, взгляды на жизнь и принципы. Когда я разговариваю с бабушкой или дедушкой, слышу много неодобрительных слов в адрес политики, проводимой в России. И я со многим не согласна, но все же считаю правильным то, что происходит сейчас.

Я не могу ручаться за всю молодежь, за то, сможет ли она сделать демократию в будущем, но обязательно найдутся те, у кого есть эта «волшебная пилюля», и тогда все изменится.

Таким образом, на основе вышесказанного можно сказать, что непросвещенность и свободу можно рассматривать с разных сторон и все они будут несомненно верными и важными. Я согласна с тем, что в условиях демократии невозможно быть непросвещенным и свободным, потому что информация – главное наше оружие и нужно научиться им управлять.

Список используемых источников:

1. К65 Конституция Российской Федерации (с гимном России) – Москва: Проспект, 2018.
2. Мухаев, Р.Т. Политология: учебник для студентов юридических и гуманитарных факультетов / Р.Т. Мухаев. – М.: Наука, 2000. – 70 с.
3. Ясин, Е. Г. Приживется ли демократия в России [Текст] // Зачем нам демократия, 2005.

УДК 4414

Борщев Н.В.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ТЕНЕВАЯ ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные причины, виды деятельности и последствия теневой занятости в России. А также пути ее преодоления и снижения.

Ключевые слова: теневая занятость, теневая экономика, прекариат.

Borshev N.V.

Financial University (Omsk)

SHADOW EMPLOYMENT OF THE POPULATION, PROBLEMS AND SOLUTIONS

Abstract. *This article discusses the main causes, activities and consequences of shadow employment in Russia. As well as ways to overcome it and reduce.*

Keywords: *shadow employment, shadow economy, precariat.*

Теневая занятость и теневая экономика стали новым феноменом для России и российского общества после перехода на рыночную модель в 1990-х годах. В связи с этим Россия столкнулась с такими проблемами как снижение поступления налогов в государственный и региональный бюджеты, рост количества нелегальных мигрантов, представляющих определенную угрозу для общества, возникновение в обществе неблагоприятного социального слоя — прекариат. Целью этой статьи является изучение уровня теневой занятости в России, ее причины и пути ее сокращения, так как полностью ее снизить невозможно в силу естественного уровня безработицы.

Для начала стоит дать само определение термина „занятость“. Под занятостью следует понимать деятельность людей, не противоречащую законодательству РФ и связанную с удовлетворением их индивидуальных и социальных нужд и приносящую им доход.

Теневая занятость — это трудовые отношения, основанные на устной договоренности. Главным критерием определения неформального сектора экономики является отсутствие государственной регистрации субъектов в качестве юридического лица.

В науке выделяется несколько разновидностей занятости в теневой экономике. Согласно первой точке зрения: [1, 98]

1) неформальная, где укрываются доходы и расходы физических или юридических лиц, а неформальность состоит не в нарушении норм и законов, а в их изначальном отсутствии из-за приватности данной сферы, специализирующейся на внутренних договоренностях по поводу распределения домашних ресурсов и обязанностей;

2) криминальная, скрывающая сам факт преступной деятельности.

Вторая точка зрения: [2, 104]

- 1) неформальная экономика — не фиксируемое статистикой производство товаров и услуг на фоне легальной деятельности;
- 2) подпольная;
- 3) фиктивная деятельность.

Многие престижные организации как ООН и ЕС рекомендуют придерживаться именно второй точки зрения [5, 223].

Каковы же причины роста теневой занятости? Причины могут быть как экономические, так и социальные. Например, нецелесообразность официального трудоустройства, отсутствие рабочих мест в сфере официальной занятости, нежелание оплачивать государству налоги и страховые взносы, нежелание терять пособие по безработице или же по инвалидности, статус человека, который скрывается от власти, статус нелегального мигранта, индивидуальные убеждения, криминальное прошлое, недовольство действиями властей.

Федеральная служба государственной статистики опубликовала, что в 2017 году, доля работников, занятых в неформальном секторе, составила примерно 13,4 млн человек от общего количества занятых. Напомню, что число граждан России, находящихся в трудоспособном возрасте, составляет 76,2 млн человек. Среди женщин неформально трудятся 18%, среди мужчин — 21%. Самый высокий уровень занятости в неформальном секторе расположился в Алтае, Дагестанской Республике и Ингушетии. Минимальный уровень находится в Московской области, Хабаровском крае и Мурманской области. Если говорить про Омскую область, то уровень теневой занятости составляет 30-40 %.

Больше всего граждан России, занимающихся теневой деятельностью, замечено в сельском хозяйстве, охоте, лесном хозяйстве, торговле, рыболовстве, строительстве, гостиничном и ресторанном бизнесе, а также образовании [4].

Если говорить о главной проблеме теневой занятости, то это криминальный сектор. В криминальной экономике наблюдаются такие преступления как наркобизнес, контрабанда, торговля оружием, изготовление фальшивых документов и фальшивомонетничество, производство и реализация порнографической продукции, рэкет, сутенерство, проституция, заказные убийства. Как показывает практика, «занятыми» в криминальной среде числятся безработные или представители маргинальной группы, находящейся вне официального рынка труда.

Но каковы же последствия неформальной занятости? Теневая занятость по причине возможности использования низкоквалифицированного и дешевого труда стала в определенной мере тормозом на пути экономического роста и модернизации экономики, угрозой экономической безопасности страны. Она криминализирует рынок труда, способствует незащищенности работников, изымает у легальной экономики значительную долю прибыли, снижает объем инвестиций и оборотных средств, приводя к остановке производств, уменьшает налоговые платежи, влечет потерю денежных средств для федерального, регионального и муниципального бюджета, вызывает задержки выплат заработной платы и пенсий.

Но как выработать правильную политику борьбы с неформальной занятостью? В отношении чисто криминальной части теневой экономики разногласий нет: она обязана быть минимизирована с поддержкой правоохранительной системы. Впрочем, тут появляется действительная неувязка: как отделить преступный бизнес от полузаконного (скрытого)? Так как на практике они плотно переплетаются: незаконные доходы «отмываются» сквозь абсолютно легальные компании, а некая часть законного бизнеса контролируется криминальными группировками. Большая часть хозяйствующих субъектов негосударственного сектора экономики располагается под контролем преступных сообществ, это более 500 банков, около 50 бирж, буквально вся сеть мелкооптовой и розничной торговли.

На базе этого экономисты предлагают, сражаясь с преступным бизнесом, легализовать теневиков – хозяйственников. Под легализацией понимается не отмывание прибыли, а перевоплощение полуправильного бизнеса в законный при помощи законов и нормативно-правовых актов.

Приводится 3 аргумента в пользу данной позиции. Для начала, многие граждане живут за счет средств от нелегального заработка. Во-вторых, государство остро нуждается в финансовых

вложениях. В-третьих, навык НЭПа зарекомендовал уже эффективность похожей легализации [3].

Как видно, позиции правоведов и экономистов похожи. В любом случае, очевидно, что сдерживание теневой экономики в приемлемых пределах 5-7% ВВП должно осуществляться двумя путями:

- 1) серьезная борьба с преступным бизнесом;
- 2) создание условий для законного предпринимательства.

В рамках первого нужно:

1. Совершенствовать законодательную базу предпринимательской деятельности;
2. Присоединиться к интернациональным конвенциям и группам, осуществляющим борьбу с финансовыми преступлениями;
3. Увеличить пограничный таможенный контроль за прохождением товарных и денежных потоков;
4. Усилить службы налогового контроля.
5. Необходимо сделать так, чтобы предпринимателям было невыгодно уходить в неформальный сектор

И все же главная борьба с теневой экономикой в РФ пролегает сквозь создание благоприятных условий предпринимательства. Необходимо обеспечить:

1. Стабилизацию и повышение уровня жизни основной массы населения;
2. Контроль за процессом приватизации;
3. Разработку механизма экономической помощи российским предпринимателям;

Таким образом, однозначно теневую занятость трудно оценивать, как отрицательное или положительное явление. Несомненно, она сыграла очень важную роль в сокращении фактической безработицы и уменьшении напряженности на рынке труда, развитии конкуренции; дала возможность не только подработать, но и заработать, а многим — выжить. Она обеспечила эластичность рынка труда, увеличиваясь в периоды кризисов и сокращаясь в периоды экономических подъемов; производила дешевые товары, которые оказались более доступными по цене для населения с низким уровнем доходов. Объективно условия переходной экономики РФ вынуждают часть бизнеса уходить в неформальный сектор. Необходимо стабилизировать экономику, сбалансировать радикальные секторы, создать благоприятный климат для предпринимательства. Гибкая налоговая политика, сочетание правовых и экономических стимулов – путь к минимизации теневой занятости.

Список используемых источников:

1. Бреев, Б.Д. Теневая экономика (экономические, социальные и правовые аспекты). Материалы научной конференции. – М., 1996.
2. Яковенко, Е. Экономика труда: учебное пособие для вузов [Текст] / М.: Юнити-Дана, 2004.
3. Варшавская, Е. Что там «в тени»? [Текст] // Человек и труд, –2011, –№ 11, – с. 45-46.
4. Салин, В.Н., Нарбут, В. В. Неформальная занятость населения России: оценка масштаба и влияния на государственные финансы страны [Текст] // Финансы: теория и практика. – 2017. – Т.21. – № 6. – С. 62-64.
5. Сараджева, О. В. Теневая экономика в России [Текст] // Вестник Московского университета МВД России. – 2013. – № 7.

МОТИВАЦИЯ КАК ФАКТОР УВЕЛИЧЕНИЯ ИНТЕРЕСА К ЗАНЯТИЯМ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ СРЕДИ СТУДЕНТОВ

***Аннотация:** В статье рассматривается такой фактор увеличения интереса к занятиям физкультурой и спортом как мотивация. Данный аспект является немаловажным, поскольку именно педагог может найти подход к студентам и замотивировать их. Описываются возможные мероприятия, направленные на увеличения интереса и мотивации к занятиям спортом.*

***Ключевые слова:** физическая культура, спорт, мотивации, здоровый образ жизни.*

MOTIVATION AS A FACTOR IN THE INCREASE OF INTEREST TO EMPLOYMENTS BY PHYSICAL CULTURE AND SPORTS AMONG STUDENTS

***Abstract.** The article considers such a factor of increasing interest in physical education and sports as motivation. This aspect is important because it is the teacher who can find an approach to students and motivate them. Possible activities aimed at increasing interest and motivation in sports are described.*

***Keywords:** physical culture, sport, motivation, healthy lifestyle.*

Одной из главных задач современного общества является воспитание совершенно нового поколения граждан – образованных, социально активных, физически и психически здоровых. Но, к сожалению, постоянные социально-экономические изменения, происходящие в стране и мире в целом, сильно сказываются как на уровне жизни и состоянии здоровья людей, так и на развитии массовой физической культуры в частности.

Данные периодические изменения в мировом укладе жизни общества требуют совершенствования форм и методов физического воспитания, начиная с самого раннего возраста. Это подразумевает прививание знаний, навыков и умений заботы о своём физическом имидже и здоровье, а также самоорганизацию физкультурной деятельности.

Постоянные стрессы, переживания, ежедневные психологические нагрузки и усталость приводят человека к осознанию значимости занятий физической культурой и спортом. Но как это обычно происходит, в суете наших будней физическая деятельность отходит на второй план. Конечно, сложно переоценить огромную роль, которую играет физическая активность в нашей жизни – это и профилактика заболеваний, и совершенствование физического состояния своего тела, и благоприятное состояние окружающей среды, а также противостояние преждевременному старению организма.

Безусловно, занятия спортом сохраняют молодость, здоровье, помогают в обретении бодрого духа и даже хорошего настроения. Соблюдение гигиенических и санитарных норм, создание в студенческих группах благоприятных психологических условий, стимулирование массовых занятий физкультурой, а также правильная организация рабочего времени – это необходимые условия здорового образа жизни современного человека.

В формировании здорового образа своей жизни очень важно осознанно подходить к занятию спортом. Значительную роль играет воздействие педагога, которое должно способствовать обеспечению развития важных качеств и личностных особенностей. Также, в результате этого,

должно закладываться и формирование у студентов мотивации к физической деятельности, ориентации на самосовершенствование, самовоспитание и саморазвитие в спорте.

Мотивация – «это психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий его направленность, организацию, активность и устойчивость» [2]. Мотивация в спорте предполагает наличие факторов и процессов, побуждающих спортсменов к действию или бездействию.

Для того, что бы деятельность человека становилась более эффективной и результативной, необходимо понимание им указанного выше термина. Только полностью осознавая, что является двигателем и мотивом побуждения к деятельности человека, возможно разработать наиболее эффективную систему методов формирования мотивации к физической культуре и спорту у студентов.

Разработано огромное количество классификаций о мотивах к занятиям физкультурой и спортом. Рассмотрим одну из таких на примере классификации А.Н. Николаева. В своей классификации он выделяет 6 групп мотивов, которые могут применяться к спортивной деятельности. Данные мотивы направлены на:

- 1) высокий результат спортивной деятельности;
- 2) удовольствие от процесса занятия спортом;
- 3) самосовершенствование, укрепление здоровья, воспитание сильного характера;
- 4) общение, удовольствие от встреч с товарищами по команде;
- 5) вознаграждение, льготы, награды, различные поездки и сборы и т.д.;
- 6) долженствование, которое сопровождается словами: «Занимаюсь, потому, что так надо» [4, с. 55].

Благодаря знанию мотивационной сферы личности вполне возможна подготовка студента к целенаправленным занятиям физической культурой и спортом. Одним из самых важных этапов в мотивации к занятиям физической культурой является применение на практике особенностей, непосредственно связанных с этой самой мотивацией в физической сфере деятельности человека.

Перечисленные и многие другие мотивы спортивной деятельности стимулируют человека заниматься спортом, а также делают проводимые занятия более осмысленными. Чтобы добиться такого результата, нужно овладеть системой некоторых умений и навыков, таких как благоприятное психологическое состояние, изменение в положительную сторону способностей, физических качеств и свойств личности. Систематический подход к занятиям спортом вполне может обеспечить достижение нужного уровня физического и умственного потенциала студента. Это возможно, если деятельность педагога направлена на всестороннее развитие студента, сочетание различных форм и методов воздействия на него, и организацию максимально правильного затрачивания времени на занятиях.

Бесспорно, создание и развитие процесса мотивации к занятиям физической культурой и спортом – это очень сложный и трудоёмкий процесс. Для этого необходимо использование индивидуального и общего подходов к физическим способностям и подготовленности студентов, применять на занятиях соревновательную деятельность и игровые виды спорта. Дополнительным фактором мотивации и пробуждения интереса студентов к спорту может послужить формирование специальных секций: по волейболу, баскетболу, футболу, настольному теннису, занятиям в тренажёрном зале и т.д. Чтобы достичь этого, необходимо учитывать интересы и желание студентов, выявлять предпочитаемые ими виды физической активности.

Необходимо понять, насколько студентам интересно участие в различных мероприятиях, связанных с физкультурой и спортом. Примерами таких мероприятий являются «День здоровья», туристические походы, военно-спортивные игры по типу «Зарницы», относительно недавно вновь внедрённая программа физического воспитания населения страны «ГТО» и многие другие. Возможно, участие в подобном заставит студентов проявлять ещё больший интерес к занятиям физической культурой.

Мероприятий, подобных вышеуказанным, существует большое количество – их, как говорится, можно подбирать на любой вкус и цвет. Более важно, что результатом подобных занятий

и мероприятий может стать поднятие уровня физического и психологического здоровья студентов, а также повышение их внутренней «самотивации» к занятиям физкультурой и спортом. Правильная организация работы, связанная с формированием мотивации у студентов, приведёт к тому, что спорт и физическая культура станут базисом, на основе которого студенты смогут вполне успешно социализироваться, адаптироваться к условиям современной напряжённой жизни и профессиональной деятельности, на основе чего смогут добиться более высокой работоспособности и творческой активности.

Также стоит напомнить, что в российских ВУЗах существуют не только практические занятия физкультурой, но и теоретические основы данного предмета. На этом уровне занятий тоже необходимо делать упор на формирование интереса у студентов к практическим упражнениям. Правильное сочетание активных форм и методов обучения способствует развитию познавательного интереса студентов как к освоению знаний и формированию умений, так и к практическим занятиям физической культурой и спортом.

На данную тему нами был проведён опрос студентов омского филиала Финансового университета при Правительстве РФ. Были опрошены учащиеся 1 и 4 курсов. Выбор пал именно на эти курсы обучения, потому что первокурсники только недавно пришли в университет и нужно знать, какая именно форма мотивации для них является наиболее значимой, а четверокурсники – это те, кто уже прошли трёхгодичное обучение по предмету «физическая культура» и также необходимо учитывать их замечания, пожелания и в целом отношение к данной дисциплине. Анкета состояла из 3 вопросов для первокурсников и 4 вопросов для четверокурсников. Анонимный опрос прошли 54 человека – 27 студентов 1 курса и 27 студентов 4 курса.

На первый вопрос, о личном отношении к парам по физической культуре в университете, были получены следующие результаты, представленные в таблице 1.

Таблица 1. Результаты первого вопроса

ОТВЕТ	позитивное	нейтральное	негативное
1 курс	10 человек (37%)	14 человек (51,9%)	3 человека (11,1%)
4 курс	8 человек (29,6%)	15 человек (55,6%)	4 человек (14,8%)

Второй вопрос звучал следующим образом: «Что мотивирует Вас посещать пары физической культуры в университете?», на что были получены ответы из таблицы 2.

Таблица 2. Результаты второго вопроса

ОТВЕТ	Укрепление здоровья	Улучшение внешнего вида	Улучшение настроения	Развитие физических качеств
1 курс	8 человек (29,6%)	7 человек (25,9%)	3 человека (11,1%)	9 человек (33,4%)
4 курс	10 человек (37%)	4 человека (14,8%)	1 человек (3,7%)	12 человек (44,5%)

Третий вопрос: «Кто и что может повлиять на формирование интереса к занятиям физической культурой в университете?». Результаты – таблица 3.

Таблица 3. Результаты третьего вопроса

ОТВЕТ	Личность преподавателя	Выбор секции по интересам	Спортивные соревнования
1 курс	9 человек (33,3%)	14 человек (51,9%)	4 человека (14,8%)
4 курс	7 человек (25,9%)	12 человек (44,5%)	8 человек (29,6%)

Заключительный четвёртый вопрос был задан только для студентов 4 курса и звучал как «Скучаете ли Вы по занятиям физической культурой в университете?». На этот вопрос было получено, что большинство четверокурсников, а именно 16 человек (66,7%) ответила положительно (да, скучаем) и 11 респондентов (33,3%) ответили отрицательно (нет, не скучаем).

Проанализировав полученные в опросе данные, можно заключить, что абсолютное большинство студентов нейтрально и позитивно относятся к парам по физической культуре в университете и это положительно. Также приоритеты по получению определённого результата от занятий физкультурой у первокурсников и четверокурсников абсолютно схожи – большинство из них ожидают развитие физических качеств, улучшения внешнего вида и укрепления здоровья. На вопрос о мотивации все студенты, не зависимо от курса обучения, тоже ответили подобным образом – абсолютному большинству из них мотивацию к занятию спортом в университете придавал бы выбор секции по интересам, а немного меньше человек считают, что первостепенное значение в этом вопросе имеет личность преподавателя.

На основе всего вышесказанного, можно сделать вывод, что мотивация играет одну из самых важных ролей в увеличении числа здорового населения нашей страны, в пропаганде здорового образа жизни и многом другом. Физическая культура и спорт призваны обеспечить полное удовлетворение всех интересов студентов. Теоретические знания могут помочь в определении представления и осознания важности и необходимости в здоровом образе жизни, а практические занятия должны подкрепить теорию, обеспечивая формирования навыков и умений по физическому самосовершенствованию личности на протяжении всей его жизни.

Список используемых источников:

1. Дианов, Д.В. Физическая культура. Педагогические основы ценностного отношения к здоровью [Текст] / Д.В. Дианов. - М.: КноРус, 2014. - 184 с.
2. Маслоу, А.Г. Мотивация и личность [Текст] / А.Г. Маслоу. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с.
3. Мельников, П.П. Физическая культура и здоровый образ жизни студента (для бакалавров) [Текст] / П.П. Мельников. - М.: КноРус, 2015. - 240 с.
4. Николаев, А.Н. Методика оценки мотивов спортивной деятельности [Текст] / А.Н. Николаев. – СПб.: С.-Петербург. гос. акад. физ. культуры им. П.Ф. Лесгафта, 2003. – 55 с.

УДК 159.96

Комаров М.С., Чернышов Д.А.
Финансовый университет при Правительстве РФ(Омск)

СУИЦИД КАК УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. В данной статье рассматривается одна из внутренних угроз национальной безопасности страны – угроза самоубийств. Приведены возможные причины самоубийств, определены факторы, ведущие к суицидальному поведению, обозначены стратегии, с помощью которых возможно устранить данную проблему.

Ключевые слова: факторы, самоубийства, угрозы, безопасность, опрос, стратегии.

Komarov M.S., Chernyshov D.A.
Financial University (Omsk)

SUICIDE AS A THREAT TO NATIONAL SECURITY

Abstract. This article will deal with one of the internal threats to the national security of the country - the threat of suicide. Possible causes of suicide both in foreign countries and in the Russian Federation will be given, and strategies will be put forward with the help of which this problem can be solved.

Keyword. Factors, suicides, suicide, threats, security, survey, strategies.

Самоубийство – преднамеренное лишение себя жизни, как правило, самостоятельное и

добровольное. Эта угроза может превратиться из мнимой в реальную, так как по данным отчёта «Детского фонда ООН» за последнее время произошло увеличение суицидальных попыток и завершённых попыток самоубийства среди молодежи и детей.

Суицид, из-за значительного воздействия на общество, представляет собой угрозу внутренней национальной безопасности.

Поэтому цель нашей работы - изучить факторы риска и определить возможные стратегии для предотвращения самоубийств, а также выявить отношение студентов Омского филиала Финансового университета при Правительстве РФ к проблеме суицида как к угрозе национальной безопасности.

Проблема самоубийства в России не является уникальной. Плохие социальные условия, низкий уровень благосостояния населения и суровый климат заставляют людей совершать суицид. Как правило, в России самоубийство примерно в три раза чаще встречается у мужчин, чем у женщин. Самоубийства являются второй ведущей причиной смерти среди молодых людей 15–29 лет. [2]

Демографическая структура самоубийц выглядит следующим образом. Обычно молодые люди и подростки совершают самоубийство чаще взрослых, особенно часто — в возрасте от 15 до 24 лет. Второй пик суицидальной активности приходится на возраст зрелости (от 40 до 60 лет); третий пик суицидального риска — пожилые люди, уровень самоубийств в этом возрасте очень высок. Мужчины совершают самоубийство в 4 раза чаще, чем женщины (хотя женщины совершают в 4 раза больше попыток самоубийства). Врачи, в особенности женщины, также подвержены повышенному риску: мета-анализ 25 источников показал, что женщины-врачи совершают в 2,3 раза больше самоубийств, чем в среднем по популяции, а мужчины — в 1,4 раза.

Те, кто никогда не состоял в браке, чаще всего совершают самоубийства. Далее в порядке снижения риска следуют овдовевшие, разведённые и женатые, но не имеющие детей. Проживание в одиночестве также увеличивает риск. Повышают риск самоубийства и неурядицы в семье. [1]

На основании анализа существующей информации по данной проблеме, мы пришли к выводу, что возможно выделить ключевые факторы риска самоубийства. Обратимся к рассмотрению некоторых из них:

Недавняя или серьезная потеря. Она может включать смерть члена семьи, друга или домашнего животного. Разлука или развод родителей, или разрыв с парнем или девушкой. Также может восприниматься как глубокая утрата, когда кто-либо из родителей теряет работу или семья теряет дом.

Психические расстройства. Особенно расстройство настроения, такое как депрессия, или расстройство, связанное с травмой и стрессом. Предыдущие попытки самоубийства увеличивают риск для другой попытки самоубийства.

Семейная история самоубийств - это то, что может быть действительно значимым, как и история домашнего насилия, жестокого обращения с детьми или отсутствия заботы.

Нарушения, связанные с употреблением алкоголя и других психоактивных веществ;

Дисциплинарные проблемы, поведение с высоким уровнем риска.

Борьба с сексуальной ориентацией в среде, которая не уважает или не принимает эту ориентацию. Подросток может быть жертвой издевательств со стороны социального окружения, из-за нетрадиционной ориентации что является фактором риска

Недостаток социальной поддержки. Ребенок, который не чувствует поддержки со стороны взрослых в своей жизни, а также своих друзей, может оказаться настолько изолированным, что самоубийство, по-видимому, является единственным выходом из проблем.

Запугивание, доступ к смертоносным средствам, таким как огнестрельное оружие и таблетки.[3]

На основании анализа информации по существующей проблеме, возможно назвать некоторые направления действий со стороны государства и гражданского общества с целью предотвращения суицидального поведения подрастающего поколения.

Государство может улучшить экономическую ситуацию, изменив структуру налогообложения и снизив вмешательство в экономику до необходимого минимума. Улучшение экономического положения может привести к снижению уровня бедности и социальной напряженности. Также государство может поддерживать организации, направленные на помощь самоубийцам.

Для выяснения отношения студентов Омского филиала Финансового университета к проблеме суицида как к угрозе национальной безопасности, мы провели социологическое исследование методом анкетирования. В опросе приняли участие 50 человек, в возрасте от 18 до 25 лет, 29 (58%) женщин и 21 (42%) мужчин. Студентам были заданы следующие вопросы:

- 1) Считаете ли вы, что суицид может угрожать национальной безопасности?
- 2) Как вы думаете, увеличились ли суицидальные попытки в России?
- 3) Встречались ли вы с агитацией связанной с самоубийствами, если да, то где?
- 4) Могли бы вы лишиться себя жизни? Если да, то по какой причине?

При анализе ответов нами были получены следующие результаты:

Отвечая на вопрос «Считаете ли вы, что суицид может угрожать национальной безопасности?» 34 (68%) респондентов ответили отрицательно, аргументируя свою позицию тем, что процент самоубийств невелик. Остальные же 16 (32%) человек считают, что самоубийства могут являться угрозой национальной безопасности, так как, если мы будем учитывать ещё не родившихся людей (потенциальных детей самоубийц), то количество исчезнувших жизней увеличится в два, а то и три раза.

При ответе на второй вопрос 39 (78%) человек высказали мнение, что количество самоубийств в России увеличилось, 4 (8%) человека считают, что количество самоубийств остаётся неизменным на протяжении последних 30-50 лет. Остальные же 7 (14%) человек думают, что количество самоубийств сократилось.

На третий вопрос ответили следующим образом: 33 (66%) человека встречались с агитацией к самоубийству, остальные же 17 (34%) - нет.

На 4 вопрос ответили следующим образом, а именно: 12 (24%) человек совершили бы самоубийством из-за потери, смерти любимого человека. 9 (18%) человек считают, что они бы совершили самоубийство из-за стресса. 15 (30%) человек думают, что закончили бы свою жизнь самоубийством из-за плохих жизненных условий, остальные 14 (28%) человек сознательно прервали бы свою жизнь из-за бессмысленности бытия.

Исходя из опроса, мы пришли к следующим выводам:

Преобладающая часть студентов считают, что в России увеличилось количество самоубийств за последнее время, также около трети опрошенных встречались с агитацией, связанной с суицидом на просторах мировой сети. Большая часть опрошенных ошибочно полагает, что увеличение самоубийств в России не несёт угрозу для национальной безопасности страны. Всё это навело нас на мысль, что большая часть студентов не владеют достаточным количеством знаний о самоубийствах и их последствиях для национальной безопасности страны.

Список используемых источников:

1. Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.who.int/topics/suicide/ru/>, свободный.
2. Гордеева, К. Самоубийцы. Как помочь людям, которые оказались на грани суицида / Гордеева К. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2015/12/18/samoubiytsy>, свободный.
3. Persianinov, Roman. Неоткуда ждать помощи. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://tjournal.ru/stories/80357-neotkuda-zhdad-pomoshchi-vospominaniya-vyzhivshy-uchastnicy-kommuny-cherez-40-let-posle-samoubiystva-900-amerikancev-v-gayane>, свободный.

УДК 504.75.05

Куничкин А.М.
Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

ВЛИЯНИЕ ЗАГРЯЗНЕННОГО ВОЗДУХА НА ОРГАНИЗМ СПОРТСМЕНОВ

***Аннотация.** В данной статье проведен анализ влияния загрязненного воздуха на организм человека. Представлен химический состав воздуха современного мегаполиса. Рассказывается об эффективности занятий спортом в условиях города.*

***Ключевые слова:** спорт, окружающая среда, здоровье человека, уровень загрязнения воздуха.*

Kunichkin A. M.
Financial University (Omsk)

INFLUENCE OF THE POLLUTED AIR ON THE ORGANISM OF ATHLETES

***Abstract.** In this article the analysis of influence of the polluted air on a human body is carried out. The chemical composition of air of the modern megalopolis is presented. It is told about efficiency of sports activities in the conditions of the city.*

***Keywords:** sport, environment, health of the person, air pollution level.*

В Омской области на протяжении многих лет наблюдаются постоянные выбросы вредных веществ в окружающую среду. Отметим, что за последние пять лет по данным Федеральной службы государственной статистики по Омской области количество выбросов существенно снизилось: «с 240 200 тонн в 2012 до 192 800 тонн в 2017» [3]. Но по-прежнему эти цифры очень высоки. Представители Всемирной организации здравоохранения постоянно рапортууют о том, что во всех крупных городах превышаются установленные пределы уровней загрязнения воздуха, сравнительно безопасные для здоровья. В связи с этим возникают вопросы: можно и полезно ли заниматься спортом в мегаполисе на открытом воздухе; не вредит ли это здоровью человека; как влияет окружающая среда на достижения спортсменов. Попробуем ответить на эти вопросы в рамках нашей работы.

К загрязнению воздуха чаще всего приводит влияние факторов, обусловленных деятельностью людей: выбросы токсичных веществ в воздушную среду, исходящие от заводов, автотранспорта, свалок, котельных установок, тепловых электростанций и т.д. На примере Омска рассмотрим состав атмосферного воздуха крупного города: чаще всего встречается диоксид серы – токсичный газ, при больших дозах действующий весьма разрушительно на многие органы и вызывающий кашель, насморк и др. «Также в омском воздухе есть примесь оксида углерода, вызывающая различные виды интоксикации организма; оксиды азота; оксиды углеводорода и другие химические соединения» [3]. Но, изучив подобную статистику других городов, становится ясно, что Омск находится далеко не в самом худшем положении.

Итак, отрицательные воздействия некоторых первичных и вторичных загрязняющих веществ проявляется в пониженной рабочей нагрузке, раздражении дыхательных путей, кашле, одышке, головной боли, раздражении и утомлении глаз и пр. А результативность многих физических упражнений зависит именно от правильно поставленного дыхания и количества кислорода, которое попадает в лёгкие человека. Общеизвестно, что «во время физических нагрузок с повышением ритма сердечных сокращений усиливается общий кровоток, человек дышит глубже, усиливается вентиляция легких» [1]. К тому же загрязненный воздух может обострять течение некоторых заболеваний, например, астму, которой «по данным Всемирной организации здравоохранения страдают около 15% спортсменов, участвующих в Олимпийских играх» [1].

От плохой окружающей среды в большей мере страдают спортсмены, занимающиеся следующими видами спорта:

- бег на длинные дистанции (10 км и марафон);
- ходьба;
- велосипедный спорт;
- футбол;

- хоккей на траве;
- гребля.

В зимних видах спорта влияние загрязненного воздуха проявляется в меньшей степени.

Бытует мнение о том, что в городах с благоприятной экологической обстановкой спортивных рекордов ставится больше в отличие от городов, где с экологией есть большие проблемы. Опровергнем или подтвердим данное утверждение на примере олимпийского марафона, представляющего собой забег на 42 километра 195 метров и включенного в олимпийскую программу с 1896 года. «Самым быстрым олимпийским бегуном на марафонской дистанции по состоянию на 2018 г. является кениец Самуэль Ванджиру» [5]. Он установил рекорд на пекинских Олимпийских играх в 2008 г. и показал лучший результат в истории – 2:06:32. Однако воздух китайской столицы имеет «невероятно богатый набор примесей: здесь и промышленные, и транспортные выбросы, добавим к этому песчаные бури, которые являются частыми гостями Пекина, и получим не самую приятную смесь для вдыхания» [2]. Поэтому не стоит говорить о том, что воздух в городе, где проходят соревнования, сильно влияет на спортивные результаты. Прежде всего, результат зависит от физической подготовки спортсмена, наличия травм, психологической подготовки и др.

Иногда организаторы в случае высокой концентрации загрязняющих веществ в воздухе отменяют соревнования, как это было «на этапе Кубка мира по плаванию в Сингапуре в 2015 году» [4]. Чаще всего при проведении крупных международных соревнований, например, марафона или велогонки, в городах с подобной неблагоприятной окружающей средой при подготовке трассы проводят специальные профилактические мероприятия:

- поливают асфальтированную дорогу водой;
- закрывают для проезда любого вида транспорта на 3–7 дней;
- весной (или осенью) производят озеленение (сажают цветы, деревья, кустарники и пр.), а газоны засеивают травой.

Только длительное воздействие загрязненного воздуха постепенно сказывается на здоровье человека. Проблемам экологии в последнее время уделяется много внимания со стороны государственных и муниципальных служащих, так как Россия является одной из самых грязных стран в мире, вследствие чего чиновникам необходимо контролировать все направления экономики, следить за тем, чтобы все предприятия уменьшали свое негативное воздействие на экологию, и поощрять разработку и внедрение экотехнологий и т.д.

Всем известно, что постоянные спортивные тренировки способствуют совершенствованию физической формы, долголетию, укреплению сердечно-сосудистой системы, опорно-двигательного аппарата, развитию легких, снижению веса человека. Если же заниматься спортом в условиях современных мегаполисов, на открытом воздухе, то эффективность такого времяпрепровождения падает: отравляющие воздух вещества в большом количестве попадут в организм человека, что может как породить какие-либо заболевания, так и обострить старые. Подготавливая материалы для создания данной работы, мы заметили, что сейчас практически все тренировочные базы крупных футбольных клубов находятся где-то вне городов, в местностях с хорошей экологической обстановкой. Получается, что спорт неразрывно связан с экологией и ее проблемами, без решения которых в современной России воспитать поколение здоровых детей будет сложно.

Список использованных источников:

1. Строев, Ю.И. Водная истерия / Ю.И. Строев, Л.П. Чурилов // Здоровье – основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения: Сб. статей. – СПб, 2013. – С.: 950-957.
2. РИА НОВОСТИ [Электронный ресурс] // Ученые выяснили, почему Пекин покрывает «вечный смог». – Режим доступа: <https://ria.ru/science/>, свободный.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Выбросы наиболее распространенных загрязняющих атмосферу веществ, отходящих от стационарных источников. – Режим доступа: <http://omsk.gks.ru/>, свободный.

4. NEWSru.com [Электронный ресурс] // Финальные заплывы на этапе Кубка мира по плаванию отменили из-за грязного воздуха. – Режим доступа: <https://www.newsru.com/sport/>, свободный.

5. SPORTBOX.RU [Электронный ресурс] // Пекин-2008. – Режим доступа: <https://news.sportbox.ru/olympics/pekin2008>, свободный.

УДК 336.02

Куничкин А.М., Аширбагина Н.Л.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ

Аннотация. Авторами статьи поднимается проблема налогового правосознания граждан, предлагаются меры по укреплению налоговой культуры в стране. В работе приводится наиболее точное определение понятия «налоговая культура», обозначены условия её формирования в России, проведено небольшое социологическое исследование по данной теме.

Ключевые слова: налоги, налогообложение, государство, налоговая культура, культура.

Kunichkin A.M., Ashirbagina N.L.

Financial University (Omsk)

PROBLEMS OF FORMATION OF TAX CULTURE IN RUSSIA

Abstract. Authors of article the problem of tax sense of justice of citizens rises, measures for strengthening of tax culture in Russia are proposed. In work the most exact definition of the concept "tax culture" is given, conditions of its formation in Russia are designated, the small sociological research on this subject is conducted.

Keywords: taxes, taxation, state, tax culture, culture.

В России с начала XXI века наблюдается значительный интерес к феномену «налоговая культура» как со стороны практиков (политиков и экономистов), так и научных исследователей. Данная тема имеет ярко выраженную междисциплинарную направленность, которая прослеживается и в названии статьи. В массовом сознании российского населения до сих пор не сформировано четкое представление о данной категории.

Поэтому целью статьи является уточнение понятия «налоговая культура» и выявление отношения студентов Омского филиала Финансового университета при Правительстве РФ к уплате налогов.

Актуальность исследования обуславливается тем, что с каждым годом растёт число людей, которые не считают нужным платить налоги, что является показателем низкого уровня налоговой культуры в стране.

Обратимся к понятиям «налог» и «культура». В Налоговом кодексе РФ мы встречаем следующее определение: «Налог – обязательный, индивидуально безвозмездный платёж, принудительно взимаемый органами государственной власти различных уровней с организаций и физических лиц в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований» [1]. Взимание налогов строго регулируется законодательством и представляет собой условие существования государства, так как налоговые поступления направляются на удовлетворение коллективных потребностей общества: здравоохранение, образование, обороноспособность страны, поддержание общественного порядка, культура и т.д.

Термина «культура» ассоциируется у многих людей с походами в музей, художественную галерею, филармонию, но на самом деле данное понятие имеет более широкое значение. Нас окружают самые разные культуры: «культура быта», «правовая культура», «народная культура», «массовая культура», «цифровая культура», «духовная культура» и еще много других

культур. Сложившаяся многогранность культурного мира привела к тому, что сейчас отсутствует однозначное и полное определение понятия «культура».

«В современном языке «культура» определена:

- как все общепринятые, утвердившиеся в обществе формы жизни – обычаи, нормы, институты, включая государство и экономику;
- как социальное наследие;
- как набор правил, которые предписывают человеку определённое поведение с присущими ему переживаниями и мыслями, оказывая на него тем самым управленческое воздействие» [3].

Анализ современных научных трудов показал, что исследователи выделяют два подхода к определению налоговой культуры. Первый подход трактует её как «особенное налоговое поведение, характеризующееся своевременностью и полнотой уплаты налогов и сборов» [2]. Получается, что она выступает в качестве некоей политической культуры, которая предполагает обязательность уплаты налогов для общества и государства и, конечно же, знание своих прав и обязанностей как налогоплательщика. Второй подход к определению данного понятия более персонифицирован. Например, Т.Н. Богославец называет налоговую культуру «подсистемой экономической и общей культуры человека, объединяющей в себе такие категории как культура мышления, культура общения, культура поведения и культура деятельности, а также, раскрывающей в себе особый подход к пребыванию человека в налоговой сфере» [2].

Итак, «налоговая культура – часть общенациональной культуры государства, которая связана с деятельностью участников налоговых правоотношений и отражает уровень знания и соблюдения гражданами законодательства о налогах и сборах, правильность исчисления, полноту и своевременность уплаты налогов и сборов, а также осведомленность в своих правах и обязанностях, которая формируется из понимания важности для государства и общества уплаты налоговых платежей» [4].

Охарактеризуем некоторые отдельные аспекты, оказывающие влияние на формирование налоговой культуры в России. Всем известно, что кризис 90-х годов привел к тому, что многие налогоплательщики «ушли в тень», недоверие граждан к органам власти негативно сказывалось на формировании правового самосознания граждан, а система налогообложения была, мягко говоря, непродуманной. В начале 2000-х ситуация начала меняться в лучшую сторону – сфера налоговых правоотношений подверглась серьёзным реформам, что в результате помогло существенно сократить количество налогов, наладить их администрирование, внедрить специальные режимы и снизить налоговое бремя. Однако все эти реформы так и не смогли стабилизировать налоговое законодательство.

Сейчас в СМИ с разной частотой появляются сообщения о том, как различного рода бизнесменов и обычных налогоплательщиков судебные органы наказывают за уклонение от уплаты налогов. «В середине февраля Омским областным судом было рассмотрено уголовное дело в отношении гендиректора ООО «Ликеро-водочный завод «Оша» Андрея Аверченко, из-за махинаций которого компании удалось уклониться от уплаты налогов в 2013 году на сумму, превышающую 300 млн. рублей. Суд назначил Аверченко наказание в виде 3 лет лишения свободы в исправительной колонии общего режима» [8]. Количество подобных налоговых правонарушений продолжает увеличиваться с каждым годом, что говорит о сравнительно низком уровне налоговой культуры в стране.

То, что подобные истории с судебными разбирательствами активно освещаются в СМИ, является хорошим знаком, ведь это порождает у людей общественное порицание к подобным нарушителям, и у налогоплательщика появляется чувство страха, которое заставит его выполнить свой долг перед государством.

Вообще, на формирование налоговой культуры в обществе в большей степени влияет именно социально-психологический аспект, который предполагает рассмотрение неотъемлемых социально-психологических особенностей. Появление такого феномена как налоговая культура базируется, в первую очередь, на выработанном чувстве ответственности как гражданской, так и правовой. Данное качество характеризуется потребностью человека выполнить

свой долг перед обществом, собой или другими людьми и всегда несет за собой эмоциональную удовлетворенность. Приобретение таких социально-психологических особенностей происходит в каждое время по-разному.

Если рассматривать поколение, родившееся в 50-60-х годах, то можно отметить у них четко выраженные качества причастности, солидарности, ответственности, но их становление происходило в условиях социалистической идеологии и господствующей административно-командной системы, то есть под напором и тотальным контролем, вследствие чего после распада СССР мы наблюдаем у старшего поколения привычку ориентироваться на мнение большинства.

Социальные условия, в которых росло уже современное поколение, также не смогли в полной мере развить у них гражданско-правовую и социальную ответственность в обществе. Именно поэтому в настоящее время наиболее важно развивать эти качества у подрастающего поколения: необходимо проводить соответствующие мероприятия в сфере образования, которые будут направлены на повышение и формирование как налоговой, так и культуры в целом.

Финансово-правовой аспект проявления налоговой культуры можно квалифицировать как индивидуальную оценку гражданина социальной справедливости принятых финансово-правовых норм и их реализации в работе налоговой системы государства. Социально-экономический уровень жизни населения России по данным агентства Legatum Prosperity Index низок: «Россия в мировом списке занимает 61 место при общем количестве в 142 пункта» [6]. При подсчете данных агентство ориентировалось не только на общегосударственные показатели, но и качество жизни самого населения, принимая во внимание уровни зарплат, образовательную систему, соотношение цен в государстве и реального материального положения среднестатистического гражданина.

Отметим, что на налоговую культуру серьезное влияние оказывает качество работы чиновников на местах, ведь гражданам необходимо видеть результат своих вложений: города должны развиваться, дороги строиться, улицы благоустраиваться, больницы ремонтироваться, заводы открываться и т.д. Например, грамотное осуществление своих полномочий государственными служащими Тюменской области привело к тому, что только «за 2018 год поступления в региональный бюджет увеличились на 24,7% по сравнению с 2017 годом» [7]. Там чиновникам удалось разработать программу по привлечению инвестиций в регион, вследствие чего крупные иногородние бизнесмены массово осуществляют перерегистрацию своих производств, ведь создаются хорошие условия для качественного функционирования бизнеса (в том числе и налоговые льготы). Получаемые инвестиции существенно повлияли на уровень жизни населения, поэтому и собираемость налогов среди населения выросла.

Также, выполнив анализ литературы по обозначенной теме, мы можем утверждать, что «процесс формирования налоговой культуры сталкивается с такими проблемами, как: несовершенство и частые изменения налогового законодательства РФ; недостаточное консультирование граждан в вопросах налогообложения; отсутствие доверия у населения к налоговым органам; некачественное исполнение налоговых процедур; недостаточная мотивация работников государственной службы; большая текучесть кадров в налоговых органах» [5].

Нами среди 50 студентов первого курса Омского филиала Финансового университета при Правительстве РФ было проведено небольшое социологическое исследование методом анкетирования с целью выявления их личного отношения к уплате налогов. Респондентам были представлены на выбор два мнения: «Одни люди считают, что бывают ситуации, когда обычному гражданину допустимо, простительно не платить налоги. Другие считают, что не платить налоги обычному гражданину недопустимо, непростительно ни в каком случае. С каким мнением – с первым или вторым – Вы согласны?»

Большинство опрошенных – 39 студентов (78%) солидарны со вторым мнением (нельзя не платить налоги). Получается, что практически все опрошенные студенты осведомлены о пользе налогов, их правовое воспитание на достаточно высоком уровне, в будущем они, скорее всего, станут законопослушными налогоплательщиками. Однако стоит отметить, что степень толерантности к практике неуплаты налогов не очень высокая: всего 11 человек (22% опрошенных)

с пониманием относятся к неплательщикам, аргументировав это их низким уровнем жизни, возможными проблемами с работой, непредвиденными жизненными обстоятельствами. На основании полученных результатов можно сделать вывод, что у современных студентов есть четкое представление о том, зачем платить налоги. У студентов имеются определенные зачатки налоговой культуры, которая (будем надеяться) получит дальнейшее развитие в процессе обучения в вузе.

Подводя итог, скажем, что налоговая культура играет большую роль в процессе налогообложения, без её грамотного формирования невозможно существование государства. Чиновникам необходимо добиваться, чтобы граждане относились к налоговым органам с доверием и желанием выполнить свою обязанность без принуждения, карательных мер и давления. Налоговую культуру нужно развивать. Если налогоплательщик будет с малых лет осведомлен о том, что такое налоги, для чего их нужно платить, то в результате, можно быть уверенными, что государство заметит разительную разницу в поведении и проявлении инициативности населения, причем, в пользу самого государства. Если налогоплательщик будет видеть качественное усовершенствование и улучшение среды проживания, которое произошло при непосредственной помощи государства, то мысль об уклонении от уплаты налога в его голове не появится.

Процесс формирования налоговой культуры представляется нам длительным, крайне важным и необходимым для современной России. Совершенно очевидно, что требуется дальнейшее осмысление процессов формирования и развития налоговой культуры у граждан России, пристальное внимание со стороны практиков и научного сообщества.

Список использованной литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 27.12.2018) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 18.03.2019).
2. Богославец, Т.Н. Налоговая культура в условиях социальных трансформаций / Т.Н. Богославец // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – Омск, 2013. – №1. – с. 53-58.
3. Корчагина, И.В. Развитие налоговой культуры в России на начальном и среднем этапе воспитательно-образовательного процесса / И.В. Корчагина, К.А. Куклина // Наука молодых: сборник материалов международной научной конференции. – Москва, 2015. – С. 266-276.
4. Плотникова, О.В. Налоговая культура как элемент совершенствования налоговой системы России / О.В. Плотникова, А.Г. Пылева // Международный студенческий научный вестник. – Кемерово, 2017. – С. 406-408.
5. Пылева, А.Г. Проблемы формирования налоговой культуры в России / А.Г. Пылева // Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 2(13). – Новосибирск, 2017. – С. 391-395.
6. Блог Финансиста [Электронный ресурс] // Уровень жизни в России и странах мира в 2019 году. – Режим доступа: http://finansiko.ru/uroven_zhizni_naseleniya_rossii_stran_mira_2014/, свободный.
7. КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА [Электронный ресурс] // Рост налоговых поступлений в Тюменской области увеличивается за счет внутреннего рынка. – Режим доступа: <https://www.tumen.kp.ru/online/news/3417806/>, свободный.
8. РИА «ОМСК-ИНФОРМ» [Электронный ресурс] // Гендиректор омского завода «Оша» отправился в колонию на 3 года. – Режим доступа: <https://www.omskinform.ru/news/128036>, свободный.

УДК 796.08

Никитина А.В.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ТРАДИЦИИ СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация. В статье освещено влияние традиций на взаимоотношения внутри семьи. Показаны особенности традиций и описаны формы их осуществления в семье, а также рассмотрен культ семейных традиций в разных странах.

Ключевые слова: семейные традиции, семейные отношения, социализация.

Nikitina A.V.
Financial University (Omsk)

TRADITIONS OF FAMILY RELATIONS

Abstract. The article highlights the influence of tradition on family relationships. In article there are described the features of traditions and the forms of their implementation in the family, as well as the cult of family traditions in different countries.

Keywords: family traditions, family relations, socialization.

В первую очередь, следует сказать, что семейные традиции представляют собой присущие определенной семье нормы и стиль поведения, привычки, взгляды, а также передающиеся по наследству традиции. Кроме традиций, также существуют семейные обычаи – это установленный порядок поведения в быту.

Семья и семейные традиции – это основа воспитания детей, поскольку именно в окружении семьи и близких ребенок получает первый опыт взаимодействия с людьми, развивается духовно, нравственно, умственно и физически. В каждой семье есть свой набор определенных правил и привычек. Семейные традиции и обычаи помогают нормально взаимодействовать с обществом, делают сплоченной семью, укрепляют родственные связи и улучшают взаимопонимание. В семьях, в которых соблюдаются традиции семейного воспитания, дети прислушиваются к мнению родителей, а родители проявляют внимание к проблемам детей и помогают им справиться с ними.

Семейных традиций в мире существует огромное разнообразие. Но все же в целом можем попробовать их условно разделить на две большие группы: общие и специальные.

Общие традиции – это традиции, встречающиеся в большинстве семей в том или ином виде. К ним можно отнести:

- Празднование дней рождений и семейных праздников. Благодаря таким обычаям все члены семьи «от мала до велика» получают множество положительных эмоций от общения с семьей, ощущение своей нужности и значимости для близких.
- Домашние обязанности всех членов семьи: наведение порядка в доме, приучение ребенка к уборке игрушек и вещей в своей комнате и доме
- Совместные игры с детьми. Делая что-то вместе с детьми, родители показывают им пример, учат разным навыкам, проявляют свои чувства.
- Семейный обед. Очень многие семьи чтят традиции гостеприимства, что помогает объединять семьи, собирая их за одним столом.
- Семейный совет, на котором решаются важные вопросы, обсуждается ситуация, строятся дальнейшие планы, рассматривается бюджет семьи и т.п.
- Традиции «кнута и пряника». У каждой семьи есть свои правила, за что можно наказывать ребенка, и как его поощрять. Возможно поощрение в виде дополнительных карманных денег или в виде совместного похода в цирк, кино.
- Ритуалы приветствия и прощания. Пожелания доброго утра и сладких снов, объятия, встреча при возвращении – все это знаки внимания и заботы со стороны близких.
- Дни памяти умерших родных и близких.
- Совместные прогулки, походы в театры, кино, на выставки, поездки в путешествия – эти традиции обогащают жизнь семьи, делают ее более яркой и насыщенной.

Специальные традиции – это особые традиции, присущие одной данной семье.

В разных странах существуют различные семейные традиции и правила. Так, например, в Великобритании важным моментом в воспитании ребенка является цель вырастить истинного англичанина. Детей растят в строгости, учат их сдерживать свои эмоции. Человеку, далекому от таких традиций может показаться, что англичане не так сильно любят своих детей, по сравнению с родителями в других странах. Но так кажется лишь на первый взгляд, поскольку в Англии родители привыкли проявлять свою любовь несколько иначе, нежели чем в России или в Италии.

В Японии очень редко можно услышать детский плач – все желания детей до 6 лет сразу исполняются. Все эти годы мать занимается только воспитанием ребенка, но в школе ждет строгая дисциплина. Кроме того, отличительной особенностью японских семей является то, что в одном доме живут сразу несколько поколений семей – и старики, и младенцы.

В Германии же давно прижилась традиция создавать семью после тридцати лет. Поскольку немцы, как правило, считают, что до этого возраста необходимо построить карьеру, чтобы в дальнейшем иметь возможность обеспечить свою семью.

В Италии под «семьей» понимаются не только близкие родственники, но и самые отдаленные. У итальянцев устоявшейся семейной традицией являются совместные обеды. На таком мероприятии все родственники общаются между собой, делятся последними новостями и обсуждают имеющиеся проблемы.

Во Франции традиции схожи с немецкими, кроме того, француженки предпочитают карьеру воспитанию детей, поэтому спустя немного времени после рождения ребенка, они возвращаются к работе, а детей отводят в детский сад.

В Америке с самого раннего детства детей приучают к жизни в обществе, чтобы в дальнейшем им это помогло во взрослой жизни. Для американцев считается естественным приводить детей в кафе или на вечеринки.

Что же дают семейные традиции людям? Если выделить основные тезисы, то они будут звучать следующим образом:

- Традиции дают ощущение стабильности, незыблемости брака для супругов.
- Воспитывают уважение к старшим.
- Прививают тягу к труду и порядку.
- Сплачивают и объединяют родных.
- Позволяют почувствовать себя неотъемлемой частью чего-то большого, крепкого, то есть ячейкой общества.

Чтобы определить, насколько сильны остались семейные традиции и в наше время, был проведен опрос среди 30 человек. Опрос показал, что большинство опрошенных имеет в своей семье традиции, в основном это традиции совместного празднования дней рождения и новогодних праздников, распределение и выполнение обязанностей по дому (уборка, приготовление ужина и т.д.). В основной массе семей (67%) традиции сохранены на протяжении нескольких поколений.

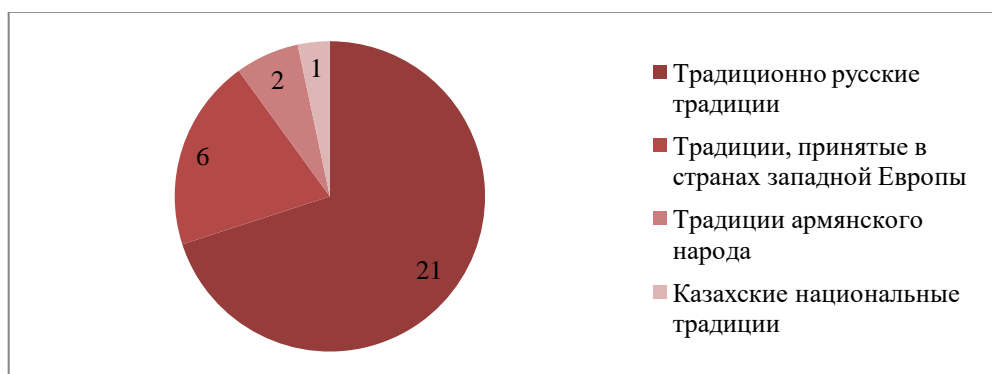


Рисунок 1. Структура традиций разных народов (чел.)

Из 30 опрошенных у 21 (70%) не существует иных традиций, кроме традиционно русских, принятых в российских семьях. У остальных 6 (20%) - придерживаются традиций, принятых в странах западной Европы (немцев, поляков). У 2 (6,67%) - традиции армянского народа, 1 (3,33%) - казахские национальные традиции.

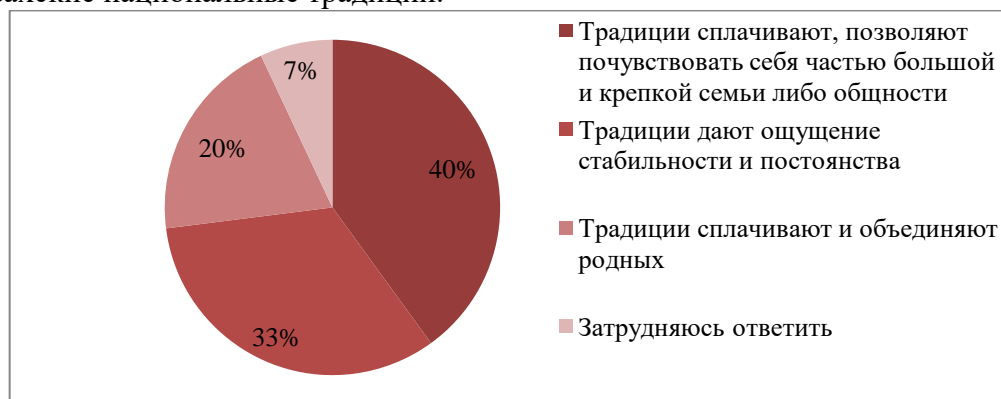


Рисунок 2. Роль семейных традиций (%)

Отвечая на вопрос, какую роль для них играют семейные традиции, 40% опрошенных сказали, что традиции сплачивают, позволяют почувствовать себя частью большой и крепкой семьи либо общности, 33% - что они дают ощущение стабильности и постоянства, 20% - понимают объединяющую силу традиций, 7% - затруднились ответить.

Большинство опрошенных (100%) не готовы отказаться от своих традиций, но хотели бы в будущем приобрести новые. В 70% случаев хотели бы приобрести традицию проведения семейных советов по значимым вопросам, чтобы все члены семьи могли высказать свое мнение и поделиться опытом. 10% опрошенных хотели бы возродить традицию семейных фотографий, которая несколько размыта в наше время.

Таким образом, можно сказать, что роль семейные традиции оказывают значительное влияние на человека и его деятельность. Поэтому, если семейные традиции интегрировались в жизнь семьи, нужно постараться, чтобы они соблюдались. Это позволит научить молодое поколение жить с сознанием нерушимости уставов семьи.

Именно ежедневные совместные действия, установленные правила, к которым привыкли все члены семьи и без которых они не представляют свою жизнь, делают дом местом, куда всегда хочется вернуться, насладиться его теплом и отдохнуть от окружающего мира.

Список используемых источников:

1. Азаров, Ю.П. Семейная педагогика. СПб.: Питер. 2017. 400 с.
2. Дюльдина, Ж.Н. Семейные ценности и традиции как основы основ российского общества и государства / Власть. – 2016. – №11.
3. Ильиных, С.А. Семейные ценности молодежи: традиции и трансформации / Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2016. – №4 (20) – вып. 1
4. Марковская, И.М. Опросник для изучения взаимодействия родителей с детьми / Семейная психология и семейная терапия. – 2015. – №2. – С. 35-43.
5. Ткачева, В.В. Гармонизация внутрисемейных отношений. Практикум по формированию адекватных внутрисемейных отношений. –М., 2017.
6. Торохтий, В.С. Психология социальной работы с семьей. - М.: Центр социальной педагогики, 2017. - 218 с.
7. Хахина, Н.В. Семейные ценности, как фактор воспитания подростка / Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2015. – №4.
8. Шинелева, Л.Т. Феминология. Семьеведение / ред.. – М.: Союз, 2016.- 287 с.
9. Шнейдер, Л.Б. Психология семейных отношений. – М.: Апрель-Пресс, 2016. – 512 с.
10. Шнейдер, Л.Б. Семейная психология. - М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2015. - 768 с.

ВИДЫ БЕГА, ИХ ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗМ

Аннотация. В статье рассматривается отношение молодого поколения к спорту. На основе анализа основных показателей выявлены проблемы развития культуры спорта, факторы имеющие к этому отношение.

Ключевые слова: бег, спорт, спортивная культура, здоровье.

Plakhina D.M., Krutov A.V.
Financial University (Omsk)

KINDS OF RUN, THEIR IMPACT ON ORGANISM

Abstract. The article discusses the attitude of young generation to sports. Based on the analysis of the main indicators, problems of development sport culture and revelant factors are identified.

Keyword: running, sport, sport culture, health.

За последние 10-15 лет прогресс «ушел» далеко вперед. Развитие IT-технологий позволяет существенно сократить затраты жизненных ресурсов на совершение некоторых действий, которые раньше являлись достаточно энергоемкими. Большинство операций и действий можно совершать не выходя из дома или не вставая с рабочего места. При этом, человек ведущий мало подвижный образ жизни рискует своим здоровьем. Для того, чтобы поддерживать организм в хорошей физической форме, человеку необходимо заниматься спортом.

Молодежи, как основе будущего общества, необходимо получить физическое воспитание и приобрести основные спортивные навыки. Таким образом, она должна быть вовлечена в рамках и за рамками учебной программы в занятия спортом и физические упражнения.

Занятия спортом должны быть нацелены на: развитие психологических и физических качеств, а также, определенных качеств личности: справедливости, дисциплинированности, ответственности, самоконтроля, уважения к окружающим. При этом мы видим, что спорт в России в недостаточной степени привлекателен и доступен для молодежи..

Эта проблема возможно видится не столь значимой и не требующей незамедлительного решения, по сравнению с такими как наркомания, молодежный алкоголизм, преступность и так далее, но несмотря на это, физическое воспитание и спорт являются важными факторами формирования молодежной среды.

Бег — один из способов передвижения человека и животных; отличается наличием так называемой «фазы полёта» и осуществляется в результате сложной координированной деятельности скелетных мышц и конечностей. Для бега характерен, в целом, тот же цикл движений, что и при ходьбе, те же действующие силы и функциональные группы мышц. Можно также сравнить этот вид деятельности с чередованием прыжков с ходьбой.

Бег позволяет наладить ритмичную работу эндокринной и нервной систем. Во время бега, когда человек постоянно преодолевает земную гравитацию, подскакивая и опускаясь в вертикальном положении, кровоток в сосудах входит в резонанс с бегом, при этом активизируются ранее незадействованные капилляры.

Классификация видов бега предполагает учет следующих параметров:

Скорость.

Расстояние (длина дистанции).

Угол подъема.

Беговая поверхность.

Количество участников.

Если исходить из скоростных характеристик, то бег бывает:

Оздоровительный или нормализующий дыхание.

Бег на время. Это привычные нам со школы дистанции, по которым сдавались нормативы (30, 100, 500, 1000 м).

При оздоровительном беге важно выбрать комфортный темп передвижения без оказания повышенной нагрузки на дыхательную систему и опорно-двигательный аппарат. На видах оздоровительного бега остановимся немного позже. Бег на время требует от спортсмена выложиться в полную силу и показать максимальный результат.

В зависимости от длины дистанции выделяется бег:

На короткие дистанции (30, 60, 100 метров). Спортсмены, бегающие на короткие дистанции, отличаются значительной мышечной массой, выносливость для них не главное.

На средние дистанции (500 и 1000 метров).

На длинные дистанции (2000 и 10000 метров).

Марафон – длина дистанции классического марафона составляет 42,195 м. Мировой рекорд по преодолению этого расстояния — 2 часа. Полумарафон — это, соответственно, расстояние в 21 километр. Ультрамарафон — это любой забег на расстояние, превышающее длину обычного марафона.

В зависимости от угла подъема бег классифицируют:

Ровная поверхность.

Поверхность с подъемом.

Поверхность со спуском.

Поверхность с перепадами высот.

Сложность бега с подъемом заключается в том, что происходит длительная нагрузка на одну группу мышц, не чередующаяся с расслаблением. То же самое относится и к бегу со спуском. На спортивных соревнованиях включается бег по ровной поверхности или барьерный (с препятствиями).

Беговая поверхность может быть:

Твердая.

Мягкая.

Смешанная.

Твердая поверхность для бега — это асфальт, беговая дорожка, обычный грунт. Мягкая поверхность — это песок и трава. Смешанная поверхность включает различные поверхности по твердости, обычно сопровождается перепадами высот. Это может быть сочетание песка, гравия, травы, воды и т.д. Мягкая поверхность более вязкая со слабой амортизацией, поэтому бежать по ней достаточно сложно.

По количественному составу бег бывает:

Индивидуальный.

Эстафетный.

Массовый.

С индивидуальным бегом все понятно. Эстафетный бег предполагает преодоление заданной дистанции и передачи эстафетной палочки другому участнику. Эстафетный бег может быть как на ровной поверхности, так и с препятствиями. Массовый забег предусматривает, что стартует неограниченное количество участников по заданному маршруту с конкретной финишной линией.

Виды оздоровительного бега:

Бег с аэробной пульсовой нагрузкой.

- Бег трусцой.

- Интервальный бег.
- Спринтерский бег.

Бег с аэробной нагрузкой некоторые путают с бегом трусцой, но это не одно и то же. Аэробный бег предполагает контроль над пульсом, удары которого должны находиться в диапазоне (115-125 ударов в минуту). Хорошо подготовленный человек может бегать в таком темпе достаточно продолжительное время. Подходит аэробный бег для интенсивных тренировок, бег можно чередовать силовыми нагрузками, но делать это нужно под наблюдением инструктора. Такой бег сжигает калории, оказывает тонизирующее действие на мышцы, полезен для костей и суставов.

Бег трусцой, сегодня его еще называют джоггинг, активно используется в качестве упражнения для ежедневных тренировок. Бег трусцой отличается умеренностью темпа (7-9 километров в час) и не слишком широкими шагами. Его можно использовать в качестве разминки или как завершающий этап силовой нагрузки. Популярность джоггинга обусловлена тем, что он подходит для людей абсолютно разного уровня подготовки, физического состояния и возраста. Этот вид тренировок широко применяется профессиональными спортсменами в качестве восстановительных тренировок.

Интервальный бег предполагает быстрое увеличение темпа на коротком участке дистанции, а затем снижение до восстановительного темпа. На восстановительном участке частота пульса должна опуститься до 120 ударов в минуту, а дыхание должно стать легким. Интервальный бег практикуют уже опытные бегуны, новичкам этот вариант вряд ли подойдет. Во-первых, нужно хорошо владеть техникой, знать реакцию своего организма на подобные нагрузки и действовать в соответствии с четким планом. Чередование быстрого бега с бегом трусцой или обычным шагом тренирует физическую выносливость.

Спринтерский бег — это бег на короткие дистанции. Главная задача — пробежать отведенный отрезок дистанции максимально быстро. Эффективен спринтерский бег для снижения веса. Не рекомендуется сочетать его с выпадами, становой тягой и приседаниями. Это может привести к растяжению составов из-за слишком высокой нагрузки на них.

Фартлек (перевод со шведского — игра скоростей). Методика основана на чередовании скоростей, своего рода, скоростной игре. Не путать с интервальным бегом, здесь предусматривается шаг, быстрый темп, медленный, снова шаг и т.д. Никаких остановок не предполагается. Промежутки между отрезками и разница между темпами определяется спонтанно. Полезно для тренировки сердечной мышцы и укрепления голеностопа. Занимаются фартлеком на естественном покрытии и на беговой дорожке. Такой вид бега способен разнообразить тренировки, внеся в них некий элемент игры.

Рогейн — вид бега в команде. Сама суть рогейна достаточно оригинальна: существуют старт и финиш забега, но конкретный маршрут не проложен. На всем протяжении маршрута расставлены фишки «чекпоинты». Основная задача команды, двигаясь от старта к финишу, посетить максимальное большее количество таких точек. Причем прибытие на точку должно осуществляться командой в полном составе, иначе результат не засчитывается. Важно не только быстро бежать, но и максимально грамотно построить маршрут.

Для определения отношения молодежи к спорту и бегу, как самому доступному виду спорта, мною было проведено социологическое исследование.

Предмет исследования – отношение молодого поколения к спорту

Объект исследования – школьники старших классов БОУ г. Омска «СОШ №21», студенты 1 и 2 курсов.

Цель исследования: определить отношение молодого поколения к физической культуре и спорту.

Задачи:

- определить предпосылки к регулярным занятиям спортом;
- изучить соотношение молодежи ведущей спортивный образ жизни и не занимающихся спортом;
- выявит причины отказа от занятий спортом;

Инструментом для проведения социологического исследования служила анонимная анкета, содержащая 12 вопросов с вариантами ответов. Всего в исследовании приняло участие 63 респондента (36 девушек и 27 юношей), занимающихся 3 часа в неделю спортом в рамках уроков физической культуры.

В анкете был задан вопрос: Получаете ли вы позитивные эмоции от занятий спортом? Было предложено 3 варианта ответов: да, нет, не всегда. Ответы распределились следующим образом

Испытывают положительные эмоции – 39%
не всегда – 30,5%
не испытывают положительных эмоций – 30,5%

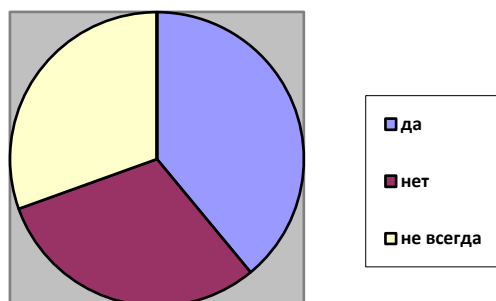


Рисунок 1. Получение позитивных эмоций от занятий спортом

При этом возникает вопрос, что же мотивирует молодых людей к занятиям спортом, если не все получают позитивные эмоции. Разобраться в этом нам поможет анализ ответов на вопрос: Что дают вам занятия спортом?

Большинство респондентов (69,5%) приоритетом выбрали хорошую физическую форму и лишь чуть больше половины (52% - 33 человека) выбрали вариант - хорошее здоровье. Также, стоит отметить такой вариант, как: бодрое самочувствие и прилив энергии, который выбрали 30% опрошенных.

Следующий вопрос был направлен на выявление предпочтений в месте проведения тренировок и занятий спортом. На вопрос: Где вы предпочитаете заниматься спортом, ответы распределились следующим образом:

в оборудованном зале: 56,5% (36 человек)
на свежем воздухе: 27% (17 человек)
дома: лишь 17% (11 человек).

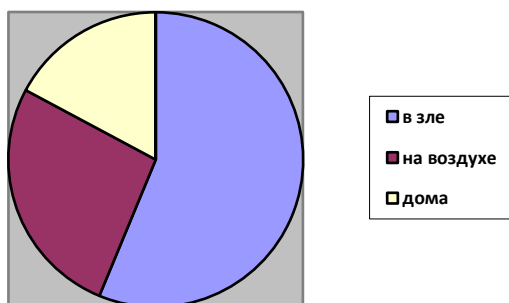


Рисунок 2. Предпочтительные места занятия спортом

Стоит отметить что на вопросы о наиболее оптимальном времени для занятия спортом большинство выбрало вечернее время с 17-19 часов, что является объективно правильным в связи с отсутствием возможности заниматься утром (обучение).

Наиболее интересным для меня стал результат ответов на вопрос: Какие факторы мешают заниматься спортом? Самыми популярными среди ответов стали сильная загруженность (61%) и лень (35%).

Проанализировав полученные данные, стоит отметить, что молодое поколение занимается спортом (60,5% опрошенных делают это систематически). Следовательно, при создании доступных и комфортных условий можно надеяться на привлечение к систематическим занятиям спортом большего числа молодых людей.

Список используемых источников:

1. Анатомия человека [с основами динамической и спортивной морфологии] [Текст] : учебник для вузов физ. культуры / М. Ф. Иваницкий. – [Изд. 6-е]. – М. : Терра-спорт : Олимпия PRESS, 2003. – 620 с.

2. История физической культуры и спорта : Учебник [Текст] / В.В. Столбов, Л.А. Финогенова, Н.Ю. Мельникова. – 3. изд., перераб. и доп. – М. : Физкультура и Спорт, 2000. – 423 с.

3. История бега. Издательство «Текст», 2011 г. Перевод с норвежского А. Наумовой и П. Агафонова [Текст] / Тур Гутос, 2011. – 258 с.

УДК 628.517.2

Ракова Е.А., Крутов А.В.
Финансовый университет (г. Омск)

ШУМ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. В данной работе рассмотрено влияние шума на человека, меры защиты от шума и анализ результатов опроса среди студентов. Эта тема актуальна в связи с прогрессом в технической индустрии, вследствие чего увеличивается шумовое воздействие на человека, что негативно сказывается на нашем самочувствии. Шум пагубно влияет на человека, нанося вред организму. Решением данной проблемы является просвещение молодежи и взрослого поколения в вопросах влияния шума и защиты от него.

Ключевые слова: шум, влияние шума, влияние шума на организм, уровень шума, воздействие шума.

Rakova E.A., Krutov A.V.
Finacial Univercity (Omsk)

NOISE AND ITS IMPACT ON THE HUMAN HEALTH

Abstract. In this paper we consider the impact of noise on humans, noise protection measures and analysis of the survey results among students. This topic is relevant in connection with the progress in the technical industry, resulting in increased noise impact on humans, which adversely affects our health. Noise adversely affects the human body, harming the body. The solution to this problem is to educate young people and the adult generation about the impact of noise and protection against it.

Keywords: noise, the effect of noise, the effect of noise on the body, the noise level, the impact of noise.

Проблема современных мегаполисов, городов заключается в том, что шум увеличивается по своей интенсивности с каждым годом. Казалось бы, почему современная наука так активно в последние годы стала исследовать проблему влияния шума на организм человека? Ответ прост: современная медицина начала бить тревогу! Растет количество профессиональных заболеваний, возникающих из-за длительного воздействия шума на работников предприятий, и в группах риска оказалось много профессий. Жители крупных городов обращают внимание на

ухудшение самочувствия и зачастую даже не догадываются, что к этому может приводить банальный шум. Регулярные головные боли, напряжение, нервные расстройства и так перечислять можно еще множество проявлений влияния шума на людей. И страшно то, что все чаще молодежь стала обращаться в медицинские учреждения с жалобами на ухудшение слуха.

Шум является акустическим загрязнителем воздуха, поэтому, чтобы иметь представление об опасности, которую несет шум, я предлагаю ознакомиться с допустимыми нормами шума, а также узнать какой уровень шума производят те или иные звуки. Это поможет для понимания, какие звуки будут безопасны для нас, а что будет представлять опасность. Таблица 1.

По санитарным нормам, допустимым уровнем шума, который не наносит никакого вреда слуху даже при длительном воздействии на слуховой аппарат, принято считать: до 55 децибел (дБ) в дневное время и до 40 децибел (дБ) ночью [2]. Такие величины приемлемы для нашего уха, но, к сожалению, практически всегда нарушаются, особенно в пределах больших городов.

Болевой порог – это интенсивность звука, при которой человек чувствует боль. Жалобы вызывает уровень шума равный 60-65 дБ, 110–120 дБ считается болевым порогом, а степень шума 130 – приводит к разрушению органов слуха.

Таблица 1. Уровень шума от различных звуков

Шум	дБ
Приготовление пищи на плите	40
Разговорная речь	45 - 60
Детский плач	80-90
Шум работы разнообразного офисного оборудования, пылесоса	80-100
Шум интенсивного уличного движения	90
Шум ремонтных работ	100
Максимальная громкость iPad	115
Автомобильный гудок	110-120
Звук танцевальной музыки в ночном клубе	~120
Шум пролетающего самолета	140

Учитывая данные вышеприведенной таблицы, можно увидеть, что большинство проявлений шума, с которыми нам приходится сталкиваться буквально ежедневно, очевидно переходят порог санитарных норм шума. А это лишь те шумы, которые являются естественными, с ними мы не можем что-либо сделать. Но ведь еще существует шум от телевизора, шум от громкой музыки, и мы сами подвергаем собственный слуховой аппарат этой нагрузке. Тем самым наносим непоправимый урон своему слуху и здоровью организма в целом.

В городской среде высокий уровень шумов способен вызвать у человека перенапряжение центральной нервной системы (ЦНС), помимо этого, он отрицательно сказывается на работе сердечно-сосудистой системы. Ишемическая болезнь сердца, Гипертоническая болезнь, снижение скорости реакции, уменьшение способности концентрации, повышение содержания холестерина в крови, снижение качества работы, сужение слухового диапазона – все эти болезни зачастую являются «спутниками» жителей шумных районов города [1].

Конечно же, шум еще и существенно нарушает качество сна. Сон становится более поверхностным. Просыпаясь после такого сна, человек ощущает себя уставшим, «разбитым» и нередко испытывает головную боль. Ежедневное недосыпание грозит синдромом хронического переутомления, что чревато серьезными последствиями для организма.

Для подтверждения моей точки зрения, был проведен опрос студентов. В опросе приняли участие 42 студента. Респондентам были заданы различного типа вопросы о шуме и его влиянии. Предлагаю рассмотреть результаты.

В первом вопросе респондентом предлагалось выбрать из трех вариантов ответ на вопрос «Беспокоит ли вас шум улицы?»

- Около 48% опрошенных ответили «да, меня беспокоит шум улицы».
- Около 43% опрошенных ответили, что замечают этот шум, но привыкают к нему.
- И всего лишь 4 человека из 42 (или же 9%) совсем не обращают внимание на этот шум и их он не беспокоит.

В связи с урбанизацией, одним из главных источников шума в городе является транспорт, количество и интенсивность движения которого безостановочно растёт. Наибольшие уровни шума 90–95 дБ отмечаются на магистральных улицах городов. Степень уличного шума характеризуется интенсивностью, скоростью и составом транспортного потока. Помимо этого, он зависит от планировочных решений улиц и дорог, высоты и плотности застройки и таких элементов благоустройства, как покрытие проезжей части и количество зелёных насаждений. Шум, возникающий на проезжей части, распространяется и вглубь жилой застройки. Уровень шума в кварталах и микрорайонах, расположенных вдоль автомагистралей, достигает ~80 дБ. Уровни шума, замеренные в жилых помещениях при открытых окнах, выходящих магистрали, всего на 10–15 дБ ниже (то есть ~65–70 дБ). И, исходя из санитарных норм, огромное количество людей постоянно живет в условиях повышенного уровня шума. При этом, стоит отметить, что уровень шума растет вместе с ростом городов (за последние несколько лет средний уровень шума, издаваемый транспортом, увеличился на 12–14 дБ) [1].

Вопрос второй: «Как на вас влияет шум (любого происхождения), который появляется ежедневно? Несколько вариантов ответа». Результаты представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Результаты опроса

В данном вопросе было предложено выбрать несколько вариантов ответов. Вопрос был направлен на выявление отрицательного влияния шума на организм человека. В общей сложности большинство ответов пришлось на четыре предложенных варианта из шести, а именно нарушение режима сна, нервное напряжение, регулярные головные боли и появление агрессивности (в общей сложности около 87%). При этом 13% ответов пришлось на варианты «не обращаю внимания» и «быстро привыкаю». Помимо этого, респонденты поясняли свои ответы и указывали источники ежедневного шума. Наиболее распространенными ответами оказались шум от соседей (ремонт, дети, домашние животные, ТВ/аудио) и шум с улицы. По результатам

данного вопроса можно сделать вывод о том, что шум действительно отрицательно сказывается на самочувствии и здоровье человека в целом.

Вопрос третий: «Согласились бы вы на работу с вредными для здоровья физическими факторами (повышенный уровень шума)?».

- Несмотря на то, какие последствия влечет за собой ежедневный шум, в данном вопросе абсолютное большинство (а именно 78,5%) ответили, что согласились бы на работу с вредными физическими факторами (шум), при условии повышенной заработной платы.

- Три человека согласились бы на такую работу все зависимости от заработной платы.
- И только 6 человек из 42 отказались бы от данной работы.

На мой взгляд такая тенденция не может хорошо сказываться на здоровье граждан. Ведь шум оказывает большое количество отрицательных эффектов на состояние человека, которые могут проявляться не сразу, а иметь накопительный эффект. Конечно же, существенная прибавка в заработной плате является приятным бонусом, но на самом же деле, не все так просто. Та прибавка наверняка не оправдает тот ущерб, который нанесет вашему здоровью постоянный шум. Это печально, что молодежь так пренебрежительно относится к себе и к своему здоровью, ведь Производственный шум оказывает вредное влияние на здоровье человека. При ежедневном продолжительном воздействии шум медленно и необратимо ведёт к развитию усталости, ухудшает память, снижает внимание и чувствительность к предупреждающим сигналам, что, в свою очередь, приводит к снижению производительности труда, росту общей и профессиональной заболеваемости, является косвенной причиной производственного травматизма. Поэтому борьба с неблагоприятным воздействием шума является одной из составных задач в обеспечении безопасности жизнедеятельности.

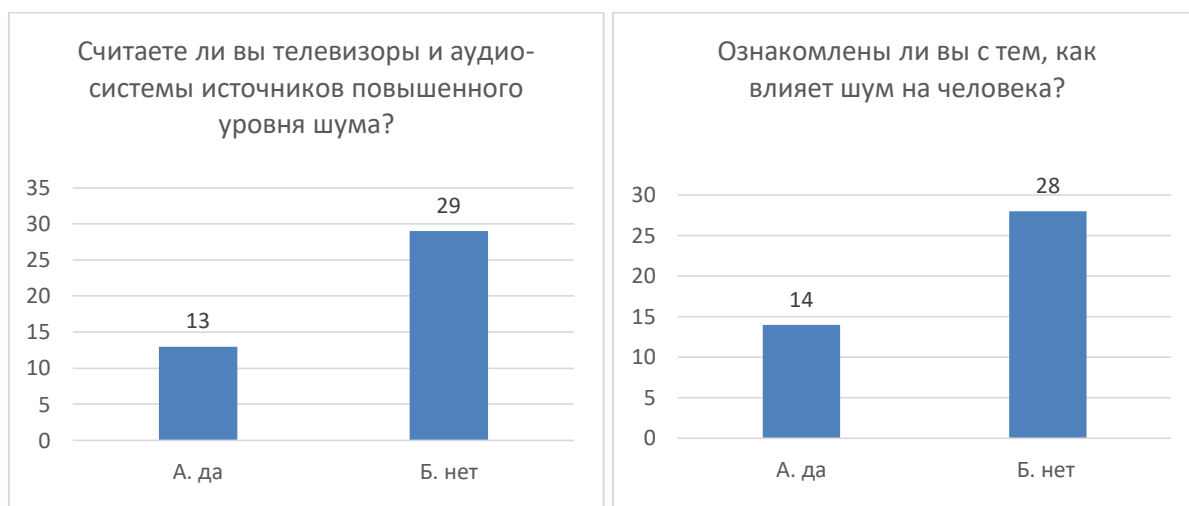


Рисунок 2. Сопоставление результатов двух вопросов.

Четвертый и пятый вопрос. Представлены на рисунке 2. Два данных вопроса, как мне кажется, имеют прямую взаимосвязь. Почти одинаковые результаты были получены в этих двух вопросах: 13 человек считают ТВ/аудио-системы источником повышенного уровня шума и 14 человек ответили, что ознакомлены с влиянием шума на организм. Те, кто на вопрос о ТВ/аудио-системах ответил «нет», очевидно им неизвестно то, как может отразиться громкая музыка и громкие звуки ТВ на их слухе. Зная о том, что шум оказывает совсем не положительное влияние на здоровье, невольно люди начинают задумываться и обращать внимание на шум и на то, как он скажется на их самочувствии. При этом стоит отметить, что граждане плохо информированы по вопросам шума и его влияния (рисунок 2): 69% респондентов отвечают, что не знают о последствиях влияния шума.

Возможно, в связи с этим, большинство людей не придерживаются рекомендаций о том, сколько времени можно прослушивать музыку в наушниках. Рисунок 3. Лишь около 33% студентов слушают музыку не более 60 минут в день, как это рекомендует Всемирная организация здравоохранения. Существует множество экспериментов, проведенных учеными различных

стран, на основании которых были сформированы рекомендации и нормы, которых действительно стоит придерживаться!

Обратимся к словам профессора клинической психологии, доктора Барта Би, который утверждает: «Нахождение под длительным воздействием громкой музыки не только ухудшает здоровье человека, но может привести к смерти» [2]. Разъясню: в тот момент, когда человек испытывает боль, в его мозге выделяется особый гормон, который способен избавить организм от чувства боли и стресса. Этот гормон имеет название эндорфин. Звуковые волны, при слушании громкой музыки организмом, поглощаются органами человека. Организм принимает эти волны за опасность, в связи с чем мозг начинает выработку гормонов, которые обычно выделяются при каком-либо сильном волнении, драке или же сражении (адреналин). А как следствие этого – повышение артериального давления, холестерина в крови и частоты сердцебиения. Такие симптомы говорят о том, что организм испытывает сильный стресс и перегрузку, что отрицательно сказывается на самочувствии человека. Все это может привести к ранней смерти. Таким образом, мы сами провоцируем свой организм испытывать так называемые перегрузки. А именно молодежь наиболее часто прибегает к громкому прослушиванию музыки, что негативно отражается на их здоровье.



Рисунок 3. Результаты опроса

Для борьбы с шумом можно использовать некоторые способы, такие как:

- ограждение шумящих производств зонами зеленых насаждений;
- применение рациональной планировки помещений;
- использование индивидуальных средств защиты (беруши, наушники);
- проведение периодических медицинских осмотров с прохождением аудиометрии;
- соблюдение режима труда и отдыха на предприятиях;

• а также ознакомление граждан с последствиями влияния шума на их организм, в целях повышения их компетентности в вопросах сохранения собственного здоровья.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что шум является серьезной угрозой для человека. Всё больше и больше накапливается научных данных, не оставляющих сомнения в том, что проблема борьбы с шумом является на сегодня одной из наиболее актуальных. Остро стоит необходимость повышения грамотности граждан, а в особенности молодежи, по вопросам воздействия шума на человека, а также ознакомления с последствиями, которые влечет за собой постоянный и временно-возникающий шум. Несомненно, практическая же реализация рекомендаций по ликвидации и снижению наиболее опасных шумов на предприятиях, на улице и в быту способствовала бы уменьшению заболеваний и укреплению здоровья населения нашей страны.

Список используемых источников:

1. Оказова, З.П. Шумовое загрязнение как одна из экологических проблем современного города [Текст] / З.П. Оказова // Современные проблемы науки и образования. – 2017. – No 4. – С. 540–541.

2. Прицепова, С.А., Калачева, О.А. Системный подход к проблеме безопасности труда [Текст] / С.А. Прицепова, О.А. Калачева. // Естественные и технические науки. – 2016. – No 6. – С.608–612.

Код УДК 572.02

Редько Д.В.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ВЛИЯНИЕ СОЛНЕЧНЫХ ЛУЧЕЙ НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. В статье анализируется негативное воздействие ультрафиолетового излучения на организм человека, в особенности кожу и глаза, и связь качества иммунной системы и УФ-лучей. Также рассматриваются группы риска и правила по предотвращению негативного воздействия ультрафиолета. Целью работы является анализ осведомленности людей о данной проблеме и способах её решения. В связи с поставленной целью в работе решаются такие задачи, как выявление отрицательного влияния УФ-излучения на организм человека и проведение опроса среди учащихся омского филиала Финансового университета при Правительстве РФ. Автор статьи пришел к выводу о том, что большая часть участников не имеет должных знаний в этой области и не предпринимают меры по защите от негативного воздействия УФ-лучей из-за недостаточной информированности.

Ключевые слова: солнечный свет, ультрафиолетовое излучение, УФ-излучение, ультрафиолетовые лучи, УФ-лучи, ультрафиолетовый мутагенез, рак кожи, меланома, катаракта.

Redko D.V.

Financial University (Omsk)

HEALTH EFFECTS OF SUNLIGHT EXPOSURE

Abstract. The article considers the negative impact of ultraviolet radiation on human's skin and eyes, and connection between human's immune system and UV radiation. Also the part of the article is devoted to the high-risk group and rules to prevent the negative impact of UV light. The ultimate goal is to find out the level of knowledge of the problem among people and solutions to it. The specific objectives are detection of negative impact of UV radiation on the human's body and the survey of student of Financial University under the Government of the Russian Federation in Omsk. The author of the article found that many respondents do not have the proper knowledge in this case and have not taken actions towards UV protection because of the lack of awareness.

Keywords: sunlight, UV radiation, UV light, UV protection, ultraviolet mutagenesis, skin cancer, melanoma, cataract

Солнечный свет является одним из главных факторов жизни на Земле, он оказывает влияние на многие области как неживой, так и живой природы. Так, например, важнейшая роль солнечного света – это его участие в процессе фотосинтеза, одним из продуктов которого является кислород – неотъемлемое вещество практически для любого живого организма, а также человека. Благодаря энергии Солнца осуществляется синтез значительного количества массы органического вещества биосферы.

Солнечный свет, или солнечный спектр, подразделяется на несколько видов:

- Инфракрасное излучение
- Видимое излучение

- Ультрафиолетовое излучение

В данной статье большое внимание будет уделено именно ультрафиолетовому излучению, ведь именно оно имеет наибольшее влияние на человеческий организм.

Несмотря на то, что ультрафиолетовое излучение в небольших количествах положительно влияет на человеческий организм, помогая вырабатывать витамин D, а также участвуя в лечении таких серьезных заболеваний, как рахит, псориаз, экзема и желтуха, большое количество таких солнечных лучей в целом крайне негативно сказывается на жизни человека. Для того, чтобы разобраться в данной проблеме необходимо ввести понятие ультрафиолетовых лучей.

Ультрафиолетовые лучи, или УФ – излучение (от лат. ultra - сверх, за пределами и фиолетовый) – не видимое глазом электромагнитное излучение, занимающее спектральную область между видимым и рентгеновским излучениями в пределах длин волн 1 400—10 нм. Спектр УФ-излучения охватывает волны длиной от 100 до 400 нм. При этом различают три участка спектра: УФ-А (315-400 нм), УФ-В (280-315 нм), УФ-С (100-280 нм). При прохождении солнечного света через атмосферу, все УФ-С лучи и около 90% УФ-В лучей поглощаются озоном, парами воды, кислородом и углекислым газом. УФ-излучение, которое достигает поверхности Земли, по большей части состоит из УФ-А лучей, а также незначительного количества УФ-В лучей, так как на УФ-А лучи атмосфера влияет в меньшей степени [1]. На уровень УФ-излучения влияет ряд таких факторов, как:

- Высота солнца над горизонтом: чем выше солнце, тем выше уровень УФ-излучения.
- Географическая широта: чем ближе к экватору, тем выше уровни УФ-излучения.
- Состояние облачного покрова: уровни УФ-излучения наиболее высоки при безоблачном небе.
- Высота над уровнем моря: на значительной высоте атмосфера более разреженная и она легче пропускает УФ-лучи.
- Концентрация атмосферного озона над земной поверхностью: озон поглощает часть УФ-лучей.
- Степень отражения УФ-лучей от поверхности: УФ-лучи отражаются и рассеиваются в различной степени в зависимости от поверхности.

Как уже было сказано ранее, большое количество ультрафиолетовых лучей может привести к негативным последствиям, таким как острые и хронические заболевания не только кожи и глаз, но и иммунной системы. Главный вред УФ-лучей состоит в их участии в образовании мутаций в различных клетках организма. Такое явление получило название «Ультрафиолетовый мутагенез», вызываемый облучением молекулы ДНК ультрафиолетовым излучением. Мутации способны вызывать такие серьезные заболевания, как рак кожи или меланомы, а также приводить к преждевременному старению [2]. По статистике Cancer Research UK Число случаев заболевания раком кожи увеличилось более чем в два раза по сравнению с началом 80-х годов XX века, ежегодно от рака кожи умирают более 2 000 человек [4]. Согласно ВОЗ Ежегодно диагностируется примерно от 2 до 3 миллионов случаев немеланомных раковых заболеваний кожи (например, базальноклеточная и плоскоклеточная карцинома), а также ежегодно в мире регистрируется примерно 130 000 случаев заболеваний злокачественной меланомой [3]. Следует сказать, что УФ-излучения могут подавлять клеточный иммунитет, увеличивая тем самым риск возникновения инфекционных болезней и ограничивая эффективность вакцинаций [5].

Ультрафиолетовые лучи в большом количестве способны приводить к радиационному поражению глаз – ожогу глаз, а также стать причиной развития катаракты, по причине которой ежегодно в мире примерно от 12 до 15 миллионов человек теряют зрение. Более того, негативные эффекты обладают способностью к накоплению: чем дольше глаза подвергаются повреждающему воздействию ультрафиолетового излучения, тем выше риск развития патологий структур глаза и возникновения возрастных заболеваний органа зрения.

В группу риска входят люди из бедных слоев населения, а также дети в развивающихся странах, так как такие страны находятся близко к экватору, а, как было сказано ранее, географическая широта влияет на уровень УФ-излучения. Люди со светлой кожей имеют повышенный риск развития вышеуказанных заболеваний из-за малого количества защитного пигмента –

меланина, но люди с темной кожей также подвержены этим недугам. В группу риска также входят обладатели многочисленных родинок, пожилые и люди, которые в связи с родом деятельности должны длительно находиться на солнце.

Для того, чтобы предотвратить негативное воздействие УФ-излучения на организм следует придерживаться некоторых правил:

1. Стараться избегать долгого нахождения на солнце.
2. По возможности защищать тело при помощи одежды, если это невозможно – использовать солнцезащитные крема с высоким SPF фактором.
3. Использовать солнцезащитные очки со специальным покрытием, защищающим от УФ-лучей.
4. Использовать такие солнцезащитные очки в течение всего года, так как снег способен отражать излучение, а пасмурная погода не гарантирует прекращения воздействия УФ-лучей.
5. Следует загорать только в утренние или вечерние часы по 10-15 минут.
6. Не использовать солярий.

При проведении опроса среди 120 студентов Финансового университета при Правительстве РФ омского филиала, выяснилось, что регулярно используют солнцезащитные крема 5,6% учащихся, только в солнечную погоду – 22,2%, редко или на пляжном отдыхе – 27,8%, не используют вообще – 44,4%. Постоянно носят солнцезащитные очки 16,7% студентов, носят только в солнечную погоду 38,9%, практически не носят 44,4%. На вопрос «нужно ли носить солнцезащитные очки зимой или в пасмурную погоду» 55,6% ответили положительно, 5,6% считают, что этого не требуется, так как солнечные лучи не проникают сквозь облака, и 38,9% затрудняются ответить. 83,3% учащихся считают, что солнечные лучи влияют на преждевременное старение кожи, 5,6%, напротив, отрицают влияние, а 11,1% затрудняются ответить на данный вопрос. Также выяснилось, что 16,7% студентов осведомлены о том, что их солнцезащитные очки защищают от УФ-излучения и покупали их именно с этой целью, у 33,3% солнцезащитные очки не обладают этим свойством, 50% – затрудняются дать ответ. Удалось установить, что 44,4% учащихся знают о том, что солнечное излучение является одним из главных факторов развития меланомы, 55,5% не знают об этом.

Подводя итоги можно сказать о том, что ультрафиолетовое излучение имеет как положительное (выработка витамина D, лечение некоторых болезней), так и отрицательное (рак кожи, меланома, аутоиммунные заболевания, катаракта) воздействия на организм человека. При опросе учащихся финансового университета выяснилось, что большая часть участников не имеет должных знаний в этой области и не предпринимают меры по защите от негативного воздействия УФ-лучей. Проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что проводится недостаточное информирование людей о возможных рисках при воздействии солнечных лучей, а также о предотвращении негативного воздействия ультрафиолетового излучения на организм.

Список используемых источников:

1. Мейер, А., Зейтц, Э. Ультрафиолетовое излучение [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.femto.com.ua/articles/part_2/4209.html, свободный.
2. Ультрафиолетовый мутагенез [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ультрафиолетовый_мутагенез.html, свободный.
3. Ультрафиолетовое излучение [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.who.int/uv/ru/>, свободный.
4. Sun, UV and cancer [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.cancerresearchuk.org/about-cancer/causes-of-cancer/sun-uv-and-cancer>, свободный.
5. González Maglio DH, Paz ML, Leoni J. Sunlight Effects on Immune System: Is There Something Else in addition to UV-Induced Immunosuppression? / [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28070504>, свободный.

6. Lin TC, Liao YC The Impact of Sunlight Exposure on the Health of Older Adults [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27492302>, свободный.

УДК 796.08

Сернецкая А.В.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ПРОБЛЕМА ДОПИНГА В СОВРЕМЕННОМ СПОРТЕ

Аннотация. В статье проведено исследование по изучению проблемы допинга в современном спорте. Рассмотрена сущность данного понятия, а также выявлены причины возникновения данной проблемы, ее значимость и последствия для здоровья спортсменов, предложены способы совершенствования мер по борьбе с допингом.

Ключевые слова: спорт, допинг, препараты, биологически активные вещества, спортивная работоспособность, здоровье.

Sernetskaya A. V.

Financial University (Omsk Branch)

THE PROBLEM OF DOPING IN MODERN SPORT

Abstract. The article conducted a study on the study of the problem of doping in modern sports. The essence of this concept is considered, as well as the causes of this problem, its significance and implications for the health of athletes are identified, ways to improve measures to combat doping are proposed.

Key words: sport, doping, drugs, biologically active substances, sports performance, health.

Во все времена спорт занимал ключевое место в жизни человека. Спорт высших достижений это условно наивысший уровень спорта, который отличается высокой зрелищностью, острым соперничеством и эмоциональностью. Однако, именно эта спортивная ступень имеет огромный минус, спорт высших достижений тесно связан с темой допинга.

Целью данного исследования является попытка изучить проблему использования допинга в мировом спорте.

К задачам исследования можно отнести:

- Определение сущности понятия «допинг»;
- Выявление причин возникновения проблемы употребления допинга в большом спорте;
- Определение значимости и последствий употребления допинговых средств;
- Предложение способов совершенствования мер по борьбе с допингом.

Природа допинга на сегодняшний день не определяется однозначно. Под ним понимаются как биологически активные вещества, так и способы, методы направленные на принудительное повышение спортивной работоспособности, которые оказывают побочные эффекты на организм и запрещены в спорте.

Происхождение слова «допинг» окончательно не выяснено. Большинство лингвистов производят его от слова «дор», которое на диалекте банту означает наркотический напиток, применяемый при религиозных обрядах. В английском языке это слово в несколько изменённом виде («dope») появилось в 1889 и первоначально означало наркотическую смесь, применявшуюся для стимуляции беговых лошадей.[2]

Проблема использования допинга в спорте появилась непосредственно с зарождением Олимпийских игр. Большой спорт предполагает систематические, многолетние, целенаправленные тренировки и соревнования, в процессе которых решаются задачи достижения максимальных результатов, требующих повседневных больших затрат времени и сил на спортивную деятельность на протяжении ряда лет. Здесь значительную роль играет то, что нагрузки зачастую достигают таких пределов, что организм не справляется самостоятельно, имеет место физическая, технико-тактическая, психологическая неподготовленность спортсменов к соревнованиям. Именно поэтому, профессиональные спортсмены стали активно прибегать к использованию различного рода веществ, которые способствуют временному усилению физической или психологической деятельности их организма.

Если изначально допинг в виде галлюциногенных и болеутоляющих экстрактов грибов, трав, вина не воспрещался, так как в нем не представлялось реальной угрозы, то спустя время, в спорте возникла реальная проблема. [1]

Предпосылками ее возникновения стало появление и использование более сложных специальных стимулирующих веществ, повышающих психическую и физическую устойчивость в спортивной деятельности. Ее решение требовало реализации определенных мер, поэтому в 1968 году был создан первый Международный Олимпийский Комитет, одной из основных задач которого было организация процедур по выявлению принятия спортсменами допинговых веществ. Несмотря на то, что существование проблемы можно признать достаточно долгим и для ее решения разрабатывались различные методы, с течением времени искоренить ее так и не представилось возможным.

В настоящее время, проблема употребления фармакологических средств, с целью повышения стрессоустойчивости, физической работоспособности, выносливости и снижения порога утомляемости стала еще более значимой и серьезной. Масштабность данной проблемы подчеркивается большим ущербом для здоровья и достаточным количеством летальных исходов, которые являются результатом бесконтрольного применения тяжелых препаратов, относящихся к серьезным группам допинговых средств: стимуляторы (стимуляторы центральной нервной системы, симпатомиметики, анальгетики); наркотики (наркотические анальгетики); анаболические стероиды; бета-блокаторы; диуретики.

С ростом значимости проблемы и ее негативного влияния на физическое, психическое состояние, жизнь спортсменов и на мировой спорт в целом, в 1999 году при поддержке Международного олимпийского комитета была создана независимая организация, осуществляющая координацию борьбы с применением допинга в спорте – ВАДА. ВАДА осуществляет разработку регламентов, стандартов и руководств, ведет базы данных спортсменов, осуществляет образовательные функции и методическую поддержку, аккредитует национальные антидопинговые организации. Непосредственная работа по контролю антидопинговых нарушений, включая сбор и анализ образцов, ведется национальными антидопинговыми организациями и аккредитованными лабораториями.

Создание и работа ВАДА значительно сократило масштабы проблемы, но решить ее полностью не удастся в связи со стремительным развитием биохимических исследований.

Последние годы, очень часто информационные источники указывают на то, что российские спортсмены находятся на крючке допинга, на этой почве возникают постоянные скандалы и дисквалификации. Оценить их оправданность в реальном времени сложно, для более ясной картины была проведен социологический опрос потенциальных и действующих профессиональных спортсменов, находящихся на старте спортивной карьеры.

Опрос содержал в себе вопросы тематического характера, его результаты могут оцениваться как объективные, так как вопросы носили анонимный характер.

В опросе приняли участие 22 респондента, студенты Сибирского государственного университета физической культуры и спорта (СибГУФК), в возрасте от 18 до 22 лет. Респондентам было предложено ответить на следующие вопросы:

1. Каким видом спорта Вы занимаетесь профессионально?
 2. Употребляете ли Вы вещества, повышающие спортивную работоспособность?
 3. Существует ли необходимость принятия легализованных препаратов, поддерживающих общее физическое состояние спортсмена?
 4. Как Вы относитесь к унификации санкций в сфере борьбы с допингом?
 5. Оправданы ли обвинения российских спортсменов в употреблении допинговых веществ?
- Опрос показал следующие результаты (рис.1.,рис.2.,рис.3.,рис.4.,рис.5.):



Рисунок 1. Результаты ответов на вопрос: «Каким видом спорта Вы занимаетесь профессионально?»



Рисунок 2. Результаты ответов на вопрос: «Употребляете ли Вы вещества, повышающие спортивную работоспособность?»

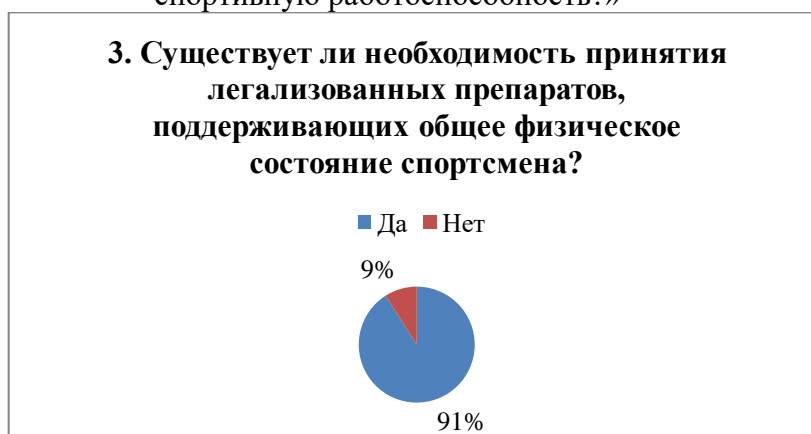


Рисунок 3. Результаты ответов на вопрос: «Существует ли необходимость принятия легализованных препаратов, поддерживающих общее физическое состояние спортсмена?»



Рисунок 4. Результаты ответов на вопрос: «Как Вы относитесь к унификации санкций в сфере борьбы с допингом?»



Рисунок 5. Результаты ответов на вопрос: «Оправданы ли обвинения российских спортсменов в употреблении допинговых веществ?»

На основании полученных данных можно сделать вывод о том, что молодое поколение профессиональных спортсменов имеет категоричное отношение к приему допинговых веществ (100%), данный факт связан с жесткими последствиями, на сегодняшний день нарушение Кодекса ВАДА, грозит спортсмену от временной дисквалификации до завершения спортивной карьеры. Кроме того, на результатах опроса сказывается эффективная работа Российского антидопингового агентства. РУСАДА разрабатывает достаточное количество мер по выявлению и предупреждению нарушений антидопинговых правил на территории Российской Федерации.

Большинство респондентов не исключает возможность принятия препаратов, поддерживающих их физическое состояние во время подготовок к соревнованиям (91%), исключая, при этом, прием препаратов непосредственно во время соревнований для обеспечения честной конкуренции. Данные выводы дают отсылку на несовершенную технику, тактику подготовки, а также психологическое и физическое истощение во время подготовки.

Проблема унификации санкций вызвала разделение мнений (23% и 77 % соответственно).

На результатах, главным образом, сказывается постоянно возникающая проблема терапевтических исключений, которые подразумевают под собой разрешение на легальное употребление допинга, сюда относятся препараты, которые запрещены Кодексом, но являются жизненно необходимыми для поддержания жизнедеятельности спортсмена. Из всех стран Россия за последние годы имеет наибольшее количество отказов.

Что касается допингового скандала вокруг российских спортсменов, обвинения единогласно считаются неоправданными (100%).

Проблема употребления допинга считается глобальной для мирового спорта, несмотря на то, что реализуются попытки борьбы с ней, решить ее полностью невозможно в силу постоянных открытий, которые происходят в биохимии и медицине. Для смягчения остроты проблемы существует единственный выход – постоянный поиск и разработка способов и методов совершенствования мер по борьбе с допингом.

На данном этапе необходимо усилить контроль за сбором и анализами образцов; ужесточить проверку базы данных ВАДА для исключения нелегальных разрешений на употребление запрещенных препаратов спортсменами; повысить квалификацию тренеров; проводить обязательные вебинары и консультации спортсменов, с целью информирования их о последствиях применения запрещенных медицинских препаратов на организм и будущую спортивную карьеру; осуществлять мониторинг терапевтических исключений и проводить постоянную диагностику спортсменов независимыми медицинскими службами.

Список используемых источников:

1. Глущенко Н.В. Проблема употребления допинга в современном спорте [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/problemu-upotrebleniya-dopinga-v-sovremenном-sporte>, свободный.

2. Дурманов Н.Д. Большая российская энциклопедия [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <https://bigenc.ru/sport/text/1965942>, свободный.

3. Назаренко Л.Д., Костюнина Л.И., Тимошина И.Н. Проблемы использования допинга в спорте [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/problemu-ispolzovaniya-dopinga-v-sporte>, свободный.

УДК: 37.037

Синицына А.Ю.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ В СЕМЬЕ

Аннотация. В статье рассмотрено как физическое воспитание в семье играет важную роль не только в физической подготовке ребенка, но и в воспитании. Сейчас активно пропагандируется здоровый образ жизни. Доступность спорта становится все больше, что делает большой шаг навстречу актуальности данной темы.

Ключевые слова: физическое воспитание, спорт, семья, физическая культура, здоровье, образ жизни, воспитание.

Sinitsyna A.Y.

Financial University (Omsk)

PHYSICAL EDUCATION IN THE FAMILY

Abstract. The article considers how physical education in the family plays an important role not only in the physical preparation of the child, but also in education. Now a healthy lifestyle is actively promoted. The availability of sports is becoming more and more, which makes a big step towards the relevance of this topic.

Keywords: physical education, sport, family, health, lifestyle.

В статье рассмотрено как физическое воспитание в семье играет важную роль не только в физической подготовке ребенка, но и в воспитании. При занятиях физической культурой в кругу семьи, младшее поколение получает необходимые навыки и знания, которые больше нигде не смогут получить. Именно в семье закладывается основа характера ребенка, здесь он

учится общаться, справляться с поражениями и радоваться победам. Родители должны показывать пример своим детям, в том числе и в плане физического воспитания и здорового образа жизни.

Сейчас с помощью телевидения, социальных сетей, и других СМИ активно пропагандируется здоровый образ жизни. Это несомненный плюс к развитию здоровой нации. Доступность спорта становится все больше, что делает большой шаг навстречу актуальности данной темы. Несомненно ясно влияние спорта на формирование личности ребенка, черты его характера, дисциплинированность, умение держать себя в стрессовых ситуациях, даже пунктуальность. Занятия физической культурой помогают развить такие качества, как самостоятельность, находчивость и сосредоточенность. И, конечно же, поддержание здоровья является неотъемлемой частью физического воспитания.

Социальный институт семьи на настоящий момент развивается со значительными противоречиями. По статистике объяснением этому является увеличение количества разводов, рост числа неполных семей, падение уровня рождаемости и возрастание количества одиноких людей брачного возраста.

Физкультура и спорт играют значительную роль в стабилизации и гармонизации семьи, которую редко оценивают по достоинству. Семейная физкультура не только способствует оздоровлению, повышает физическую и умственную работоспособность, физически совершенствует человека, но и сплачивает семью, обеспечивает правильное воспитание детей, да и самовоспитание взрослых тоже. Сложно сказать, какая из этих целей более значительна для членов семьи и общества в целом.

Чтобы говорить о роли семьи в физическом воспитании, следует более подробно рассмотреть ее определение. Семья – это коллектив, члены которого связаны определенными обязанностями. Знания о правильном и рациональном поведении, в том числе физическом, закладываются именно в семье. Следовательно, каждый родитель должен понимать, каким примером он является для ребенка. Чтобы осуществлять физическое воспитание, важно приобщать ребенка к спорту с самого раннего детства. Во-первых, следует объяснить ребенку, для чего требуются занятия спортом, заинтересовать его или замотивировать. Во-вторых, необходимо составить расписание тренировок. Регулярность – залог успеха. При составлении расписания необходимо учитывать мнение и возможность присутствовать на тренировке всех членов семьи. Чтобы у ребенка возник азарт к занятиям физической культурой, нужно его замотивировать. Утренняя гигиеническая гимнастика, пешие прогулки, активные игры – так же пример положительного физического воспитания в семье. Важно с детства формировать правильные привычки у детей и приобщать их к спорту.

Большинство времени члены семьи заняты различной деятельностью: родители работают, дети учатся, бабушки и дедушки (пенсионного возраста) занимаются бытом и хозяйством. Занятие, увлекающее и объединяющее всех членов семьи, найти весьма трудно. Спорт не только укрепит здоровье всех членов семьи, но и способствует сплочению их в дружный коллектив, даст старшим «помолодеть», а молодым – вырасти гармонично развитыми людьми. Это так называемая «семейная физкультура». На первый взгляд физические упражнения влияют лишь на физический облик человека, не затрагивая его духовной сферы. Но именно семейные занятия физической культурой, являются средством укрепления здоровья, в то же самое время, при правильной организации, творческом к ним подходе, способствуют и успешному решению сложного комплекса проблем семейной педагогики.

Участие родителей в закаливании, обучении физическим упражнениям своих детей, а также совместные с ними тренировочные занятия не только формируют у детей устойчивый интерес и влечение к занятиям физической культурой и спортом, но и совершенствуют их физическое развитие и физическую подготовку, способствуют расширению у родителей и детей общих интересов и взглядов, укреплению внутрисемейных связей, установлению доброжелательных межличностных отношений, формированию добрых семейных традиций, улучшению нравственного климата в семье.

Пикники с физкультурно-спортивным уклоном — это не только метод реализации семейного физического воспитания и оздоровления детей, но еще и форма разумного, полезного и приятного досуга. Кроме того, такой пикник способствует экологическому воспитанию, взаимодействию с природой.

Общие походы на стадион, каток, бассейн, арену и другие спортивные сооружения в качестве болельщиков, а также просмотры спортивных мероприятий, соревнований, олимпиад по телевизору погружают ребенка в увлекательный мир спорта с его эстетикой человеческого тела в движении, эмоциональным накалом, азартом спортивной борьбы, способствуя тем самым вовлечению его в этот вид человеческой деятельности в качестве активного участника, а присутствие родителей с их авторитетом усиливает данное воздействие.

Часть свободного времени можно посвятить активному семейному отдыху. Он предполагает добровольное участие членов семьи в разных видах активной деятельности, которая сплотит семейный коллектив. Практически каждый вид спорта может стать семейным. Выбор такого спорта зависит лишь от количества членов семьи, их возраста и личных вкусов.

Для максимальной полезности занятий спортом, необходимо строго соблюдать гигиенические требования. Вся семья должна выполнять режим труда и отдыха, правила личной гигиены. Все члены семьи обязаны правильно организовать питание для повышения работоспособности в дальнейшем.

Основой здорового образа жизни является рациональный режим дня. При правильном режиме вырабатывается слаженный ритм деятельности физиологических систем организма, формируется динамический стереотип, на поддержание которого требуется всё меньше напряжения.

Рациональное питание подразумевает правильный режим питания. Время питания (приёма пищи) должно быть строго определенным и его следует неукоснительно придерживаться. Принимать пищу непосредственно перед занятием физкультурой или закаливающими процедурами неправильно. Это ведёт к плохому её перевариванию и усвоению, мешает выполнению физических упражнений. Пища дольше остаётся в желудке, вызывая ощущение тяжести.

Не рекомендуется принимать пищу сразу же после занятий физкультурой. Только через 20 - 30 минут после занятий создаются нормальные условия для пищеварения.

При занятиях физкультурой и спортом питьевой режим имеет ряд особенностей. Потери воды после соревнований и тренировок очень значительны, поэтому их необходимо возмещать постепенно в течении 2 - 3 дней. Большой количество воды, принятое за один раз, переполняет кровяное русло, нарушает водно-солевое равновесие организма. Суточная же потребность в воде взрослого человека составляет примерно 2 -2,5 литра.

Сон — самый эффективный способ снятия умственного и физического утомления, восстановления энергетических ресурсов нервных клеток, работоспособности. Для отдыха центральной нервной системы подросткам и детям достаточно 9-11 часов в сутки, 20-50летним – не менее 8, людям постарше – 6-7 часов.

Необходимо выработать рефлекс ложиться и вставать в одни и те же часы. Лучшее время для сна – период с 23 до 8 часов утра.

Важным условием для нормального сна является правильный режим жизни: насыщенный трудовой день, интересная работа, умелое сочетание умственной и физической нагрузки, рациональный режим питания, активный отдых, занятия различными видами физической культуры и спорта.

Женское физическое воспитание в семье

От женщины во многом зависит благополучие и счастье семьи, физическое и духовное здоровье подрастающего поколения. В наш век, век перегрузок, женщине очень сложно совмещать производственную работу с домашней. А здоровье самой женщины связано с ее образом жизни, в том числе и двигательной активностью. Ведь недостаточные физические нагрузки наряду с избыточным питанием, нервными стрессами и вредными привычками не случайно отнесены к числу так называемых факторов риска, увеличивающих вероятность возникновения различных заболеваний и в конечном итоге укорачивающих человеческую жизнь.

Для того чтобы не утратить здоровья и привлекательности, конечно, недостаточно обычных движений, связанных с повседневным трудом на работе и дома. Более того, такая нагрузка, являясь главным образом на определенные, всегда одинаковые группы мышц, может привести к нарушениям осанки и некоторым деформациям скелета, смещению внутренних органов. Поэтому обязательны упражнения, вовлекающие в работу все основные группы мышц, позволяющие увеличить и сохранить подвижность в суставах и позвоночнике, формирующие правильную осанку, воспитывающие непринужденность, легкость движений. От этого во многом зависит внешний вид женщины. Привлекательная наружность и изящная фигура говорят не только о здоровье, но и в немалой степени определяют и психологическую устойчивость, хорошее настроение, уверенность в себе, работоспособность и активность. К тому же спортивный облик женщины и ее любовь к физической культуре немаловажны и для правильного воспитания детей.

Нагрузки, связанные с проявлением значительной силы и выносливости, длительными статическими напряжениями, резкими сотрясениями внутренних органов (что бывает при столкновениях, падениях), женщинам не рекомендуются (конечно, здесь не идет речь о спорте высших достижений, где благодаря целенаправленным тренировкам с юного возраста значительно расширяются функциональные возможности организма). И напротив, упражнения на гибкость, равновесие, ловкость, координацию движений показаны всем женщинам, так как соответствуют особенностям женского организма.

Воспитывая у девочек с раннего детства привычку заниматься гимнастикой (девочки — подростки, девушки вполне могут повторять все гимнастические упражнения, которые делает мама), вы поможете им вырасти не только здоровыми и крепкими, но и красивыми. Ведь красота — это не одни только тонкие черты лица и грациозная фигура, но в значительной степени и грациозные движения, мягкость и женственность. А стремление быть красивой и привлекательной присуще каждой женщине и девочке.

Вопросы для опроса:

1. Вам прививался здоровый образ жизни в детстве? (Да, нет)

2. Откуда вы получали знания о здоровом образе жизни?

- - из специальных книг
- - из средств информации
- - из беседы с _____

• - в детском саду, школе, ВУЗе

3. Кто-то из родителей занимается или занимался спортом? (Да, нет) Если да, то каким?

4. Имеете ли вы дома физкультурное оборудование? (Да, нет) Если да, то какое?

5. Делаете ли Вы дома зарядку? (да, нет, иногда)

6. Посещаете ли Вы спортивную секцию? (да, нет). Если да, то какую?

7. Проводятся ли у Вас дома закаливающие мероприятия? (да, нет). Если да, то какие?

- « Я люблю урок физической культуры»
- « Я посещаю секции...»,
- « По утрам я делаю зарядку»
- «Принимаю участие в спортивных соревнованиях»
- « Я гуляю на свежем воздухе»
- « Я ежедневно выхожу с родителями на утреннюю пробежку»
- « У меня есть спортивный уголок»
- « Из спортивного оборудования у меня есть...»
- « Во дворе у меня есть спортивная площадка»
- « В свободное от учебы время я...», где 1-гуляю,2-играю на улице в спортивные

игры,3-сиджу дома.

Из приведенного опроса выявлены следующие результаты:

1. Здоровый образ жизни прививался 97% опрошенных как минимум на самом низком уровне. Причиной этого является посещение большинства детей дет.садов, где обязательны занятия физической культурой.

2. Дети, выращенные в спортивной семье, имеют большую тягу к спорту, т.к. с детства наблюдают за родителями и берут с них пример (25% опрошенных).
3. 30% опрошенных имеют дома физкультурное оборудование (гантели, турник, тренажерные мячи, реже тренажеры)
4. Только 10% опрошенных делают зарядку с утра, т.к. физическое воспитание с детства нельзя было назвать правильным.
5. 60% опрошенных посещают секции спорта или танцев. Я считаю, что это дань моде и стремление выглядеть красиво и достичь успехов в какой-либо сфере.
6. Уроки физической культуры, в основном, любит мужской пол. Женский пол отдает предпочтение самостоятельному развитию в этой сфере.
7. 65% опрошенных любят спортивные мероприятия как досуг.

Выводы.

- Физическая культура и занятия спортом обязательны для здоровой жизни любого человека, т.к. они огромным образом влияют не только на физическое состояние организма, но и на душевное состояние человека.
- Семейные занятия физической культурой сохраняют ее целостность, поддерживают спокойствие семьи.
- Для достижения необходимого результата при занятиях физкультурой и спортом, нужно строго и четко соблюдать все правила и принципы выполнения упражнений, а также придерживаться гигиенических требований.
- Физическая культура и спорт вносят большой вклад в воспитание не только детей, но и их родителей, обеспечивая развитие всей семьи.

Список используемых источников:

1. Воробьев, А. Н. Семья спортивная [Текст] / А.Н. Воробьев. –М., 2010. – 315с.
2. Гук, Е. П., Полицейский, С.А. Физкультура и закаливание в семье [Текст] / Е.П. Гук, С.А. Полицейский. – М., 2013. – 130 с.
3. Кознова, Т. В., Рябухина, Т.Л. Физкультура дня всей семьи [Текст] / Т.В. Кознова, Т.Л. Рябухина. –М., 2011. – 213 с.
4. Ковалев, Л.Н. Спорт в семейном воспитании детей [Текст] / Л.Н. Ковалев. – М., 1999. – 328 с.
5. Нечаева, А.Б. Семья и спорт [Текст] / А.Б. Нечаева. – М., 1998. – 376 с.
6. Реймерс, Н.Ф. Спорт в современной семье [Текст] / Н.Ф. Реймерс. –М., 2004. — 532 с.

УДК 57.045

Софиенко О. Д., Крутов А. В.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

КЛИМАТ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. В статье рассмотрено воздействие климатических условий Омской области на здоровье человека. Представлен анализ проведенного анкетирования среди населения Омской области, по результатам которого было выяснено, что климат Омской области оказывает прямое воздействие на здоровье человека и большинству жителей он не подходит.

Ключевые слова: климат, здоровье человека, климатические условия, Омская область.

Sofienko O. D., Krutov A. V.
Financial University (Omsk)

CLIMATE AND HUMAN HEALTH

Abstract. In the article discusses the impact of climatic conditions of the Omsk region on human health. The analysis of the survey among the population of the Omsk region is presented, the results of which revealed that the climate of the Omsk region has a direct impact on human health and does not suit most people.

Keywords: climate, human health, climatic conditions, Omsk region.

Люди постоянно находятся под воздействием климата той местности, где проживают. Погодный режим, сезонная перемена погоды оказывают определенное влияние на организм человека. Основными климатическими факторами, оказывающими воздействие на человека, являются атмосферное давление, температура воздуха, влажность и солнечная активность.

Главными характеристиками Омской области, которая расположена в умеренных широтах северного полушария, являются сравнительная континентальность и суровость климата. Длительность зимнего периода говорит о суровости климата. Сравнительно небольшое количество осадков, резкое колебание температур на протяжении года и от месяца к месяцу и т.д. позволяют говорить о континентальности климата. Частой сменой воздушных масс определяются неустойчивость и изменчивость метеорологических условий, особенно в переходные сезоны. Летние засухи, продолжительная суровая зима, поздний возврат холодов и раннее появление заморозков относятся к числу недостатков климата. Положительные стороны - обилие солнечного света, повышенное количество тепла в летний период [1].

В результате анкетирования, которое было применено для выявления метеочувствительности и метеотропных реакций, выявлено, что 72% респондентов ощущают воздействие климата Омской области, как видно из рисунка 1.

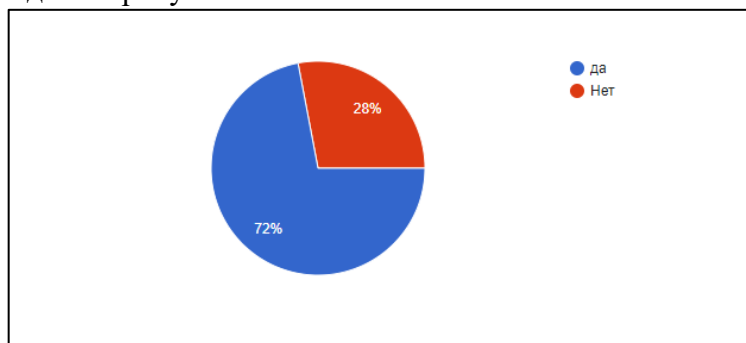


Рисунок 1. Результат ответов на вопрос: чувствуете ли вы воздействие климата на ваше здоровье

16% опрошенных отмечают такое воздействие климата на их здоровье, как обострение хронических заболеваний.

Наличие аллергических реакций в следствие особенностей климата отмечают 32%. Это аллергия на пыльцу некоторых растений. В мае аллергики страдают чаще всего от пыльцы берёзы. В июне и июле ей на смену приходят злаковые травы, такие, как костёр, овсяница – все, чьи стебли заканчиваются колоском или метёлкой. В это же время омичи как раз страдают и от тополиного пуха. Аллергические реакции в августе бывают на полынь и лебеду [4].

Также респонденты отмечают такие симптомы как сухость, ослабленность иммунитета.

При чрезмерной сухости появляется раздражение носа, обветриваются кожа и губы, возникают проблемы с дыхательным процессом, ангина. При избыточной влажности могут появиться аллергических реакций, ринит, проблемы с астмой [2].

Как видно из рисунка 2, влияние смены погоды на самочувствие отмечают 86% опрошенных.

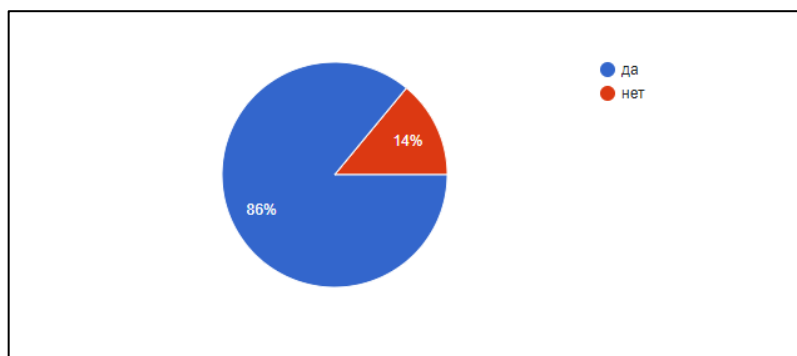


Рисунок 2. Результат ответов на вопрос: влияет ли смена погоды на ваше самочувствие

Были выявлены следующие основные симптомы, которые отмечали при изменении погоды: утомляемость у 38%, головные боли у 36% и сонливость у 32%.

При повышении температурного режима у человека происходит упадок возбудимости нервной системы, расширяются сосуды, падает давление, снижается процесс обмена веществ, и при постоянном воздействии высокой температуры привыкает. В противоположных реакциях отражается установление холодного температурного режима, то есть при низких температурах нервная система повышает возбудимость, при высоких температурах, наоборот, понижает свою активность [2].

К примеру, при резком изменении погоды людям сложнее концентрировать внимание. В следствие заболеваний (гриппа, ангины, воспаления легких, заболеваний суставов) или переутомления сопротивляемость организма снижается [3].

Также перепады настроения и резкие изменения давления отмечаются у 8% опрошенных.

Для людей с низким артериальным давлением оказывают неблагоприятное воздействие низкое атмосферное давление, повышенная влажность, теплый фронт, снижение содержания кислорода в воздухе, увеличение облачности, осадки, усиление ветра. Повышение содержания кислорода в воздухе и атмосферного давления, понижение температуры, усиление ветра для страдающих повышенным артериальным давлением и бронхиальной астмой неблагоприятны [3].

Движение холодного воздуха охлаждает тело, горячего – нагревает; при этом ветер раздражает терморцепторы на коже. В зависимости от силы этого явления, оно может вызывать отрицательные или положительные эмоции [2].

Из рисунка 3 видно, что большинство респондентов, а именно 58%, считают, что им не подходит климат Омской области.

Таким образом, можно сделать вывод, что климат Омской области оказывает влияние на человека. Это обусловлено непосредственным действием климатических факторов на здоровье человека. На организм воздействует именно совокупность определенных факторов. Основное воздействие оказывают резкие изменения климатических условий, а не их обычные колебания.

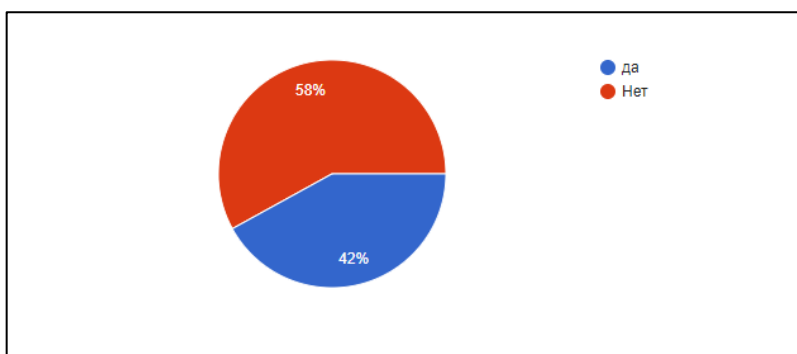


Рисунок 3. Результат ответов на вопрос: благоприятен ли климат Омской области для вас

Считается, что климат Омской области благоприятно воспринимается человеческим организмом, но проведенное исследование показало, что большинству респондентов данные климатические условия не подходят и оказывают прямое влияние на здоровье.

Список используемых источников:

1. Лисенкова, А. Д. Влияние климата на здоровье человека [Электронный ресурс] // Материалы IX Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» / Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017029647>, свободный.
2. Влияние климата и погоды на человека [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://geolike.ru/page/gl_4392.htm, свободный.
3. Природные условия и ресурсы Омской области [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://geolike.ru/page/gl_4392.htm, свободный.
4. Слезы от березы: Готовимся к сезону аллергии [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.omsk.aif.ru/health/1455104>, свободный.

УДК 351.761

Тишкова Т.С., Крутов А.В.
Финансовый университет (г. Омск)

НАРКОТИКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЗДОРОВОЙ ЛИЧОСТИ

Аннотация. В статье раскрывается понятие о наркотике и наркомании, приводится классификация наркотиков по типу воздействия на психику человека. Рассматриваются основные причины и последствия употребления наркотиков. Особое внимание уделяется влиянию наркомании на развитие личности, указываются характерные психологические черты отдельного человека, формирующие предрасположенность к наркомании. Делается вывод, что употребление наркотиков чрезвычайно активно способствует деградации личности и разрушению организма, оказывая пагубное влияние не только на наркомана, но и на окружающих его людей.

Ключевые слова: наркотик, наркомания, изменения личности, зависимость, абстиненция, психоактивное вещество.

Tishkova T.S., Krutov A.V.
Finacial Univercity (Omsk)

DRUGS AND THEIR IMPACT ON THE FORMATION OF HEALTHY PERSONALITY

Abstract. The article reveals the concept of drugs and drug addiction, provides a classification of drugs according to the type of impact on the human psyche. The main causes and consequences of drug use are considered. Special attention is paid to the influence of drug addiction on the development of a person; the characteristic psychological features of an individual person, forming a predisposition to drug addiction, are indicated. It is concluded that drug use is extremely actively contributing to the degradation of the individual and the destruction of the body, exerting a detrimental effect not only on the addict, but also on the people around him.

Keywords: drug, drug addiction, personality changes, dependence, abstinence, psychoactive substance.

Настоящая статья посвящена проблеме наркомании и её воздействия на человека. Объектом исследования здесь выступает наркомания как социально-психологическое явление. Предмет исследования – влияние наркотиков на формирование здоровой личности. Задачи исследования: дать понятие о наркотиках и наркомании; рассмотреть причины возникновения зависимо-

сти и её последствия; рассмотреть социально-психологический портрет сегодняшнего наркомана и влияние наркотиков на развитие личности. Статья представляет собой обобщение двух методов исследования: теоретический анализ научной литературы по теме исследования (сравнение, выделение главного, обобщение, синтез, систематизация) и диагностические методы (анкетирование, тестирование).

Наркомания - это общее название болезни, которое проявляется во влечении к постоянному приему наркотических средств со стойкой физической и психологической зависимостью от них. Под наркотиком понимается химическое вещество, способное воздействовать на центральную нервную систему человека и формировать стойкую физическую и психическую зависимость. Употребляют его в разных видах: таблетки, инъекции, курение, вдыхание.

Актуальность темы обусловлена увеличением числа наркозависимых за последние несколько лет. По данным проведенного социологического опроса 35 из 50 респондентов считают, что наркомания – одна из серьезнейших проблем Российского общества. Это действительно так, потому что в нашей стране не осталось ни одного региона, где не были бы зафиксированы случаи употребления наркотиков или их распространения.



Рисунок 1. Наркомания – одна из серьезнейших проблем Российского общества

Необходимо отметить основные причины такой тенденции. Во-первых, низкая стоимость некоторых наркотиков делает их доступными для приобретения даже подростками. Это ещё больше усугубляет ситуацию, так как чем доступнее и дешевле вещество, тем более разрушительное воздействие оно оказывает на психику и тело человека. Ещё одним фактором, провоцирующим рост числа наркозависимых среди молодёжи является распространение легальных наркотиков, таких как спайсы. Эти курительные смеси содержат производные наркотические вещества, которые не входят в список подлежащих контролю в РФ. Как только оборот этих веществ становится запрещённым, появляются новые, не менее опасные смеси с изменённой химической формулой, которых ещё в перечне незаконных. Алкоголь и табак также относят к легализованным наркотикам, так как они вызывают психическую и физическую зависимость и приводят к не менее тяжёлым последствиям для здоровья, чем запрещённые наркотики. Их не включили в официальный перечень наркотических веществ, подлежащих контролю, только потому, что они успели широко распространиться и уже нет возможности их контролировать. «Никотин, содержащийся в табаке, даже в малых дозах весьма ядовит. Тем не менее, сигареты у нас в стране продаются практически свободно, и любой человек может испытать на себе воздействие входящих в их состав наркотиков» [1, с. 3]. Третьей причиной, по которой число употребляющих наркотики растёт, считается появление дешёвых аналогов «тяжелых» наркотиков». Например, на смену дорогому и труднодоступному героину пришёл дезоморфин. Он синтезируется всего за пару часов, и для данного процесса требуются медицинские препараты и химические вещества, которые можно приобрести без труда в любой аптеке. Его внедрение в наркобизнес поспособствовало большому росту клиентской базы. Дезоморфин оказывает на организм ещё более губительное воздействие, чем героин. Уже после первой дозы формируется стойкая зависимость, а со временем поражает всё тело и ослабленный иммунитет становится

неспособным бороться с чужеродными клетками, осевшими в органах наркомана. Если при употреблении героина наркоман может прожить более 10 лет, то потребитель дезоморфина не живет более 2-х лет. Тем не менее, явная угроза смертью не останавливает любителей тяжелых наркотиков.

Говоря о причинах всё большего распространения наркотиков, необходимо упомянуть ряд психологических факторов, формирующих зависимость. Немаловажное значение имеет возраст. Молодёжь более подвержена формированию зависимости, так как не имеет достаточных знаний о последствиях употребления наркотиков и их побочных эффектах, следовательно, из-за несформировавшегося представления о наркотиках не видит ограничения для продолжения эйфорического эффекта. По последним данным более 60% наркоманов – люди в возрасте от 18 до 30 лет. Особенно склонна к развитию пагубного пристрастия психика подростка приблизительно в 12-15 лет. В этом переломном возрасте молодой человек замыкается в себе, становится резким по отношению к взрослым. Отличительные черты психики подростка создают благоприятную почву для развития наркомании, если молодой человек откроет для себя, что наркотик смягчает все неприятные ощущения. Различные психологические травмы формируют склонность к наркотическому одурманиванию. Они могут быть вызваны домашней обстановкой, неудачами в обучении или, например, физическими недостатками, порождающими комплекс неполноценности. Для деградации цельной личности в личность наркотическую необходимо наличие трех предпосылок. Первая - душевная неуравновешенность, т.е. человек эмоционально разбалансирован. Вторая - ослабленная воля. И третья - предрасположенность к тому или другому виду наркотика, что уже зависит от конституции организма. Врач - рефлексотерапевт Юрий Александрович Захаров в своей книге "Наркотики: от отчаяния к надежде" утверждает, что в характере человека можно увидеть черты, ставящие его в группу риска: "В основном речь идет о таких свойствах: эмоциональная незрелость, отсутствие контроля за своим поведением, неумение ставить цели и добиваться их, ложная система ценностей. Молодые люди, у которых под влиянием семьи, школы или ровесников сформировался подобный тип личности, обычно выдвигают завышенные требования к жизни, к окружающим, ожидая немедленного их удовлетворения» [3].

Все наркотики по способу их воздействия на организм подразделяются на следующие группы:

1) Седативные яды, успокаивающие психическую деятельность. Они вводят человека в заблуждение, одаривая его букетом приятных состояний, например морфий, дезоморфин (крокодил - вызывает гниение тела человека изнутри из-за своей токсичности) кодеин, кокаин, героин, опиум. Вызывают расслабленность, лёгкую эйфорию, замедленность движений, вялость, инертность.

2) Галлюциногенные средства, представленные большим числом веществ растительного происхождения, очень разные по своему химическому составу. Сюда входят мессалин из кактуса, индийская конопля, гашиш и прочие тропические растения, а также ЛСД. Все они вызывают церебральные возбуждения, выражающиеся в деформации ощущений, галлюцинациях, искажении восприятий, видениях, и поэтому их относят к категории *Fantastica*.

3) Категория *Inebriantia*. Сюда относятся вещества, легко получаемые путем химического синтеза, вызывающие сперва церебральные возбуждения, а затем глубокую депрессию. К таким средствам причисляются: амфетамин, кокаин, алкоголь, эфир, хлороформ, бензин. Основная цель приема – ощущение бодрости, внутреннего подъема, легкость мыслей.

4) Категория *Hypnotica* (транквилизаторы), куда входят яды сна: хлорал, барбитураты, сульфурол, авакава и другие.

5) *Excitantia*. Здесь преобладают растительные вещества, возбуждающие мозговую деятельность без немедленного влияния на психику; сила воздействия на разных лиц бывает разной. Сюда входят растения, содержащие кофеин, табак, бетель и др.

Наркотики оказывают разрушительное воздействие на личность человека. Оно одинаково и для подростка, и для взрослого, которые, попробовав наркотик, перестраивают весь свой внутренний мир, свои ценности, убеждения, способности, внешние рамки своего существования в

угоду одному - единственному увлечению, страсти, разрушающей в их жизни всё. Это увлечение - наркотик. С какого-то момента человек полностью и без остатка посвящает себя наркотику. Одурманивающие вещества негативно влияют не только на физическое, но и на психическое и социальное здоровье. Все наркотические вещества природного или синтетического происхождения – это яд, который разрушает организм человека. Они имеют мощный психотропный эффект, так как с начала употребления становятся частью метаболизма и оказывают ощутимое воздействие на биохимические, эндокринные процессы. Дыхательная система подвергается негативному воздействию не только при попадании в лёгкие смол, ядов, сажи во время курения наркотика. Если наркотики употребляются иным способом, происходит угнетение кашлевого центра головного мозга. Такие вредные вещества как слизь, пыль, инородные частицы перестают выводиться из лёгких во время кашля и провоцируют размножение бактерий и развитие лёгочных инфекций. На сердце наркотики влияют по-разному. В зависимости от вида употребляемого вещества они могут снижать или увеличивать активность работы сердечной мышцы. Опиаты, например, героин, морфин провоцируют угнетение центров регуляции работы сердечной мышцы и сосудов. При этом снижается артериальное давление и частота сердечных сокращений, организм испытывает гипоксию – кислородное голодание, возникает нарушение обменных процессов сердечной мышцы. Возрастает риск развития ее дистрофии, ухудшение функции сердца замыкает порочный круг «гипоксия-нарушения работы сердца-гипоксия». Стимуляторы, например кокаин, амфетамин, экстази вызывают учащение сердцебиения, повышение показателей кровяного давления, возрастает нагрузка на сердечную мышцу, возникает спазм периферических сосудов, повышение температуры тела. Нарушенные процессы терморегуляции усиливают нагрузку, сердечная мышца подлежит быстрому износу. Как итог – аритмии, инфаркты, дистрофия сердечной мышцы, сердечная недостаточность. Любые наркотики угнетают деятельность нервной системы. При поступлении яда возникает гипоксия. Организм предпринимает попытки защитить мозг от интоксикации и реагирует резким сужением сосудов. Это приводит к кислородному голоданию, гибели нервных клеток и нарушению метаболических процессов в организме. Спазм обеспечивает временную сохранность функций, но вместе с ядом в мозг перестают поступать полезные вещества и кислород. Истощение ресурсов нервной системы нарушает ритм «сна-бодрствования», приводит к выраженным необратимым ухудшениям познавательных процессов, логического мышления; вызывает галлюцинации вне наркотического опьянения; затяжные, не поддающиеся медикаментозной коррекции депрессии; суицидальные тенденции; параноидальные, тревожные мысли. При употреблении наркотических веществ нарушается пищеварение, появляется стабильное снижение аппетита, ухудшение усвояемости пищи, спазмы, хронические запоры. Это приводит к дефициту питательных веществ – витаминов, микроэлементов, отравлению организма собственными каловыми массами, разложение которых происходит в кишечнике. Печень первой начинает страдать при употреблении наркотика, поэтому с течением времени она начинает плохо справляться со своей функцией. Кровь разносит образовавшиеся токсины по всему организму и они продолжают отравлять его продуктами распада наркотиков. Употребление наркотиков приводит к вырождению будущих поколений, разрушая репродуктивное здоровье людей. Наркотические вещества являются мутагенами, то есть разрушают генетику клеток. Когда такие разрушения происходят в половых клетках, это приводит к возникновению различных отклонений в здоровье будущих детей. У обоих полов при употреблении наркотиков происходят структурные изменения – атрофические процессы половых органов. При отказе от наркотиков их длительное употребление ранее приводит к невозможности вынашивания плода у женщин. Бесплодие относится к обоим полам. Импотенция, аменорея, снижение полового влечения – распространенные последствия приёма наркотических веществ. Наркотики разрушают иммунную систему. Из-за инъекций наркотических препаратов в антисанитарных условиях повышается риск заболеть ВИЧ. Также опасность представляет заражение гепатитом С.

Следовательно, наркотики влияют на все процессы в организме человека. Они выводят из строя органы, системы, увеличивают вероятность развития рака, сокращают продолжительность и снижают качество жизни.

Однако под удар ставится и психика больного. Первым делом окружающие замечают ухудшение его когнитивных функций. Нарушение обменных процессов, длительная гипоксия, отсутствие полноценного отдыха мозга приводят к нарушению образного мышления и логики. Словарный запас истощается, больной испытывает затруднения формулирования мыслей. Искаженное восприятие реальности дополняется нарушениями памяти – зависимому трудно воспроизвести события последнего времени, яркие воспоминания сохраняются фрагментарно. Трудности с концентрацией внимания осложняют решение задач, с которыми ранее зависимый легко справлялся. Влияние наркотиков выступает причиной профессиональных, учебных неудач. Наркотики снижают творческий потенциал: утрачиваются потребности в обучении, достижениях, ограничиваются интересы, желания, возникает дезориентация в собственной жизни.

Социальная активность наркомана снижается вследствие утраты сил, необходимых для нормальной работы. Он становится абсолютно равнодушен к общественным делам и ничем не интересуется. Приобретение и употребление дурманных веществ становится для него единственным смыслом жизни. Это ведет к большим социальным потерям. За короткий срок у такого человека обычно полностью меняется круг общения. Старые отношения разрываются без сожаления. Общение с семьёй, старыми друзьями заменяется на общение с такими же потребителями наркотиков. Зачастую наркоман становится источником серьёзной опасности для окружающих. Человек, больной наркоманией, становится безнравственным, циничным и жестоким, его цель – втянуть в зависимость как можно больше людей, чтобы разделить с кем-то свою проблему. «Сегодня наркобизнес схож с сетевым маркетингом. Почти каждый человек в период становления наркозависимости формирует вокруг себя коллектив единомышленников. Большинство наркоманов зарабатывают на дозу, приводя клиентов к дилерам» [4]. Наркомания – одна из причин совершения огромного количества преступлений, в том числе – тяжких. По статистике, около 2/3 несовершеннолетних наркоманов становятся преступниками. Это обусловлено тем, что они в силу своей непреодолимой тяги к наркотикам не останавливаются перед совершением преступлений чтобы добыть очередную дозу или средства для её приобретения.

В итоге хотелось бы подчеркнуть важность ведения здорового образа жизни для предупреждения приобщения к наркотикам. Необходимо заниматься спортом, правильно питаться и идти к поставленной цели. А главное помнить, и заботиться о благополучии близких и любящих людей.

Список используемых источников:

1. Баландин, А, Баландина, Л, Джанибеков, В. Самые опасные наркотики [Текст] / А. Баландин, Л. Баландина, В. Джанибеков. – М., авторское издание, 2008. – 105 с.
2. Берёзин, С. В., Лисецкий, К. С. Наркомания глазами семейного психолога [Текст] / С. В. Березин, К. С. Лисецкий - СПб: Речь, 2005. - 240 с.
3. Захаров, Ю. А. Наркотики: от отчаяния к надежде [Текст] / Ю. А. Захаров – Школьная пресса, 1999. – 192 с.
4. Наркомания в России. Статистика. Цифры. Факты [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vashnarkolog.com/narco-faq/narkomaniya-v-rossii>, свободный.

УДК 796

Трошина М.А.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

САМОКОНТРОЛЬ ЗА ФИЗИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ СОСТОЯНИЕМ ОРГАНИЗМА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. В данной статье рассматривается роль самоконтроля в жизни человека, а также использование достижений современной науки и технологий для упрощения и систематизации наблюдений.

Ключевые слова: самоконтроль, наблюдение, оценка состояния организма, фитнес браслет, физическая культура, гаджет.

Troshina M.A.
Financial University (Omsk)

SELF-CONTROL OVER THE PHYSICAL DEVELOPMENT AND FUNCTIONAL CONDITION OF THE ORGANISM USING MODERN TECHNOLOGIES

Abstract. This article discusses the role of self-control in human life, as well as the use of the achievements of modern science and technology to simplify and systematize observations.

Keywords: self-control, observation, assessment of the state of the body, fitness bracelet, physical culture, gadget.

Самоконтроль - это систематическое наблюдение за своим здоровьем, оценка качества выполнения различных физических упражнений, а также анализ их влияния на организм человека. Осуществление самоконтроля - самостоятельный процесс, и с помощью него человек может рассматривать влияние различных факторов на общее состояние здоровья. Данная оценка позволяет определить, что влияет положительным образом на наш организм, а что вызывает ухудшение в состоянии.

Правильно анализируя данные самоконтроля, человек может определить свою физическую подготовку, общую реакцию организма на занятия физическими упражнениями и спортом, которые являются положительным профилактическим и даже лечебным фактором, в будущем позволяя развить в человеке устойчивость к различным внешним условиям: инфекциям, сильным физическим нагрузкам или же резким сменам температуры. [3, с. 203]

Обучение умению следить за своим здоровьем становится одной из приоритетных задач в занятиях физической культурой и спортом. С помощью самоконтроля человек может оценивать объемы труда и отдыха, регулировать физическую и умственную активность, определять время, необходимое для полного восстановления организма, а также в общем корректировать свой стиль жизни. [1, с. 169]

На сегодняшний день существуют различные способы проведения самоконтроля. Одним из них является использование современных технологий, в частности фитнес браслетов, или по-другому фитнес-трекеров. Это гаджет из разряда носимой электроники в форме браслета, в который заложены функции отслеживания физической активности, биоритма, определения сердцебиения, размера пройденной за день дистанции и прочих показателей. Он позволяет зафиксировать все наши действия в течение дня, на основе которых человек может скорректировать питание, режим сна, спортивную нагрузку и отдых. В дальнейшем вся информация с браслета передается на другие электронные устройства, например, смартфон, и мы можем систематизировать эту информацию.

Одной из функций данного устройства является мотивация человека к занятию физическими упражнениями, которая обусловлена внутреннему желанию увидеть в конце дня свои результаты. Человек пытается их усовершенствовать, каждый день соревнуясь с самим собой.

В рамках исследования был проведен социологический опрос. Респондентами выступили студенты Омского филиала Финансового университета при Правительстве РФ в количестве 60 человек. Целью опроса стала оценка осведомленности студентов университета о современных гаджетах для самоконтроля организма.

На вопрос о том, наблюдаете ли вы за состоянием своего организма во время занятий физической культурой и спортом, были получены следующие результаты:

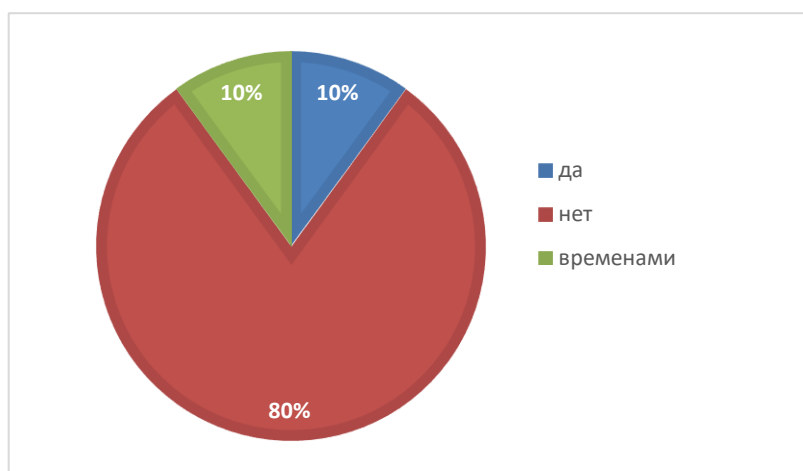


Рисунок 1. Самонаблюдение во время физической активности

Из данной диаграммы (Рис. 1) видно, что 80% респондентов не следят за состоянием своего организма во время занятий физической культурой и спортом. Таким образом, студенты склонны считать, что следить за своим здоровьем в молодости нет необходимости.

При этом на вопрос, знаете ли вы, что существуют специальные гаджеты для определения текущего состояния организма все респонденты ответили утвердительно.

Также все респонденты знают, какие функции выполняет фитнес-браслет. Но только 10% опрошенных используют их в повседневной жизни.

На основе анкетирования можно сделать вывод, что студенты Финансового университета знают о наличии современных гаджетов, выполняющих функцию самоконтроля за состоянием организма, но тем не менее не все используют их в своей жизни.

Стоит отметить, что фитнес браслеты имеют свои преимущества и недостатки. Преимуществами данного вида устройства являются:

- мотивация, которая отражает стремление к определенным результатам и желание совершенствоваться;
- контроль, при котором возможен анализ физической активности, биоритма, сердцебиения;
- дополнительные функции гаджета в виде будильника, подсчета калорий и другие.

Из недостатков фитнес-браслета можно выделить необходимость в постоянной носке данного гаджета для определения точных результатов и их систематизации, а также дополнительные денежные затраты для его приобретения. [2]

В соответствии с результатами проведенного исследования, можно обозначить, что большинство молодых людей в возрасте от 18 до 21 года не используют в своей повседневной жизни электронные гаджеты для самоконтроля за состоянием организма в связи с тем, что не считают это необходимостью. Данная точка зрения преобладает среди опрошенных, и только 10% респондентов пользуются данным устройством и извлекают из этого пользу для своего организма, ведь для наибольшей эффективности занятий физической культурой и достижения высоких спортивных результатов необходим контроль как врачебный, так и индивидуальный. Без него человек не сможет узнать о возможностях своего организма, определить предельные значения нагрузки, после которых существует возможность нанести себе вред. Именно поэтому самоконтроль для занятий спортом является очень важным, а достижения современных технологий в данной области помогут нам в упрощении данного процесса и в наглядной систематизации полученной информации для достижения лучших результатов.

Список используемых источников:

1. Витун, Е. В. Использование информационно-компьютерных технологий на занятиях физической культурой в вузе [Текст] / Е. В. Витун, Н. С. Бакурадзе, Т. В. Нурматова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2017. – № 4. – С. 168-179.

2. Колесников, А. В. Какой фитнес-браслет лучше выбрать и есть ли от них толк? [Электронный ресурс] / А. В. Колесников. – Режим доступа: <http://fit-ness24.ru/kakoj-fitnes-braslet-vybrat/#i-6>, свободный.

3. Усцеломова, Н. А. Физкультурно-спортивная деятельность как средство формирования у будущих бакалавров физической культуры профессиональной устойчивости [Текст] / Н. А. Усцеломова, Е. А. Иванова // Вестник ОГУ. – 2017. – №3 – С. 203.

УДК 575.1

Турабаева А.М.

Финансовый Университет при Правительстве РФ (г.Омск)

НАСЛЕДСТВЕННОСТЬ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЗДОРОВЬЕ

Аннотация. Большое количество изменений в социально-экономической сфере способствуют изменению генетической экосистемы. Преобразования значений популяционно-демографических показателей, включающих уровень кровного родства, плотность населения, уровень миграции и ее направление, состав семьи и другие, существенно изменяют диапазон и масштабы распространения наследственной патологии и на здоровье человека в целом. В статье приведены основные аспекты генетики как науки о наследственности и изменчивости, проведено анкетирование, определена осведомленность опрошенных о наследственных заболеваниях и методах их профилактики. В работе сделаны выводы о том, что анализ анкетирования говорит о том, что у студентов сформировано понимание феномена наследственности и наследственных заболеваний.

Ключевые слова: наследственность, генетика, профилактика наследственных заболеваний.

Turabayeva A.M.

Financial University (Omsk)

HEREDITY AND ITS IMPACT ON HEALTH

Abstract. A large number of changes in the socio-economic sphere contribute to the change of the genetic ecosystem. Transformations of values of population and demographic indicators, including the level of consanguinity, population density, migration level and its direction, family composition and others, significantly change the range and extent of the spread of hereditary pathology and on human health in general. The article presents the main aspects of genetics as the science of heredity and variability, conducted a survey, determined the knowledge of respondents about hereditary diseases and methods of their prevention. The work concluded that analysis of the survey suggests that students have an understanding of the phenomenon of heredity and hereditary diseases.

Key words: heredity, genetics, prevention of hereditary diseases.

Генетика – это наука, которая отражает закономерности наследственности и изменчивости, является стержнем современной биологии, т.к. она служит основой для развития остальных биологических дисциплин. Но в современном мире значение генетики не сводится только к сфере биологии. Человеческое поведение, социология, экология, психология и медицина – направления науки, развитие которых зависит от знаний генетики.

Помимо этого, генетика определяет значение таких понятий, как жизнь, эволюция, развитие и природу человека в целом. В истории развития естественных наук вопросы наследственности берут свое начало с работ античных мыслителей.

В науке нового времени она подробно обсуждается в трудах таких корифеев, как К. Линней (1707–1778), Ж. Бюффон (1707–1788), К. Ф. Вольф (1734–1794), Ж.-Б. Ламарк (1744–1829), Ч.

Дарвин (1809–1882), Т. Гексли (1825–1895), А. Вейсман (1834–1914) и многих других. В те времена проблемы генетики рассматривались в русле вопросов гибридизации, развития, трансформизма (или, наоборот, постоянства) видов [1, С. 47].

Основателем генетики считается Г. Мендель (1822–1884), обосновавший ключевые понятия наследственности и изменчивости. В то время его открытие не было оценено по достоинству. Так, известно, что крупнейший биолог К. Нэгели (1817–1891), современник Г. Менделя, не оценил его работы, присланные ему на рецензию.

За дату рождения генетики как самостоятельной науки принято считать 1900 год, когда законы Г. Менделя были открыты повторно Г. де Фризом (1848–1935), К. Корренсом (1864–1933), Э. Чермаком (1871–1962). В это время биологическое научное сообщество с успехом восприняло новую концепцию. Понятия, вновь открытой теории закономерностей, были быстро распространены среди ученых того времени, что послужило основой для развития биологической научной сферы.

Можно сделать вывод, что законы генетики универсальны, поскольку предметом изучения генетики является наследственность и изменчивость, которые включают в себя свойства присущие всем живым существам.

Организм представляет собой единство внешнего и внутреннего, интегральную систему сложно взаимосвязанных частей. Любой организм обладает бесконечным числом признаков, хотя в эмпирическом описании как здорового, так и больного организма мы фиксируем только ограниченный перечень свойств. Опираясь на наиболее общие генетические и молекулярно-биологические концепции, можно связать многие цепи разрозненных событий развития как нормальных, так и патологических признаков. Все виды признаков живого организма, как нормальные, так и патологические, сформированы за счет взаимодействия внутренних факторов (наследственности) и внешних факторов (факторы внешней среды). Именно поэтому для понимания процессов, связанных с развитием патологии, необходимо учитывать результаты взаимодействия внешней и внутренней среды. Так, генетическая программа каждого отдельного человека влияет на развитие патологии напрямую или косвенно.

Известны формы патологий, возникновение которых обусловлено наследственностью, но при этом частично или полностью не зависит от влияния факторов внешней среды. Однако, это не может служить основанием для утверждения того, что все в человеке зависит исключительно от биологии и генетики. Однако сегодня совершенно очевидно, что вне явления наследственности невозможны никакие процессы жизнедеятельности клетки, развития особи и эволюции организмов.

То обстоятельство, что человек социален по своей природе, во многом определяет характер заболеваний. Увеличение удельного веса болезней неинфекционного происхождения (таких, как атеросклероз, ИБС, онкологическая патология, психические и другие заболевания) в структуре заболеваемости, смертности и инвалидизации является едва ли не самым убедительным подтверждением этого. Тот факт, что человек является социальным существом, является определяющим в развитии генетических патологий. Для снижения развития и реализации патологических генотипов, в настоящее время, проводятся: множественные медико-генетические процедуры, которые уменьшают силу влияния вредоносных внешних факторов среды; формируются и поддерживаются условия, которые способствуют реализации здоровых генотипов и предотвращают появление патологических. А своевременное лечение ряда наследственных заболеваний может уменьшить проявление их симптомов и иногда и вовсе избавиться от наследственных дефектов.

В наши дни на развитие генотипа оказывает не только микросреда человека, но и макросоциум. Деятельность человека в экономической и социальной сферах способствует формированию новых химических реакций в биосфере и возникновению физических факторов, которые способствуют развитию мутагенных факторов. К сожалению, на данный момент также увеличиваются масштабы загрязнения окружающей среды. Это происходит из-за влияния искусственно созданных химических соединений, а также наличия источников радиоизлучения. Так,

люди, проживающие в крупных городах, с развитой промышленностью, ежедневно контактируют с тысячами из них.

В настоящее время до конца не изучено является ли взаимосвязь масштабов загрязнения окружающей среды и возникновение заболеваний и врожденных аномалий, обусловленных генетическими факторами. Однако, можно сделать вывод, что число таких заболеваний растет. А значит, ухудшение экологии формирует неблагоприятную обстановку для развития здоровых генотипов и снижения предрасположенности к мультифакториальным заболеваниям.

Вследствие того, что на данный момент такой метод биотехнологии как геновая инженерия недостаточно изучен, лечение наследственных заболеваний является недостаточно эффективным. В связи с этим недопущение рождения детей с наследственной патологией является очень важным.

Первостепенное значение имеет исключение мутагенных факторов, в первую очередь радиационных и химических, в том числе влияния фармакологических препаратов. Наиболее действенным и доступным для человека является ведение здорового образа жизни в широком смысле, т.е. получение регулярных физических нагрузок, налаженный режим питания, отказ от вредных привычек, исключение потребления токсических веществ и т.д. Ведь многие из них обладают мутагенными свойствами.

Профилактика наследственных болезней включает в себя целый комплекс мероприятий как по охране генетического фонда человека путем предотвращения воздействия на генетический аппарат химических и физических мутагенов, так и с целью предотвращения рождения плода, у которого имеется дефектный ген, определяющий то или иное наследственное заболевание.

Для заключения о вероятности появления больного ребенка у данной супружеской пары следует хорошо знать генотипы родителей. Если один из супругов болен одним из доминантных наследственных заболеваний, риск рождения больного ребенка в этой семье равняется 50 %. Если у фенотипически здоровых родителей родился ребенок с рецессивным наследственным заболеванием, риск повторного рождения больного ребенка равняется 25 %. Это очень большая степень риска, поэтому дальнейшее деторождение в таких семьях нежелательно [3].

Для избежания подобных ситуаций, прежде всего, необходимо: исключить или же ограничить потребление продуктов, приводящих к развитию патологий; и, наоборот, включить в рацион продукты, содержащие необходимые для организма ферменты [4].

Также, большое значение имеет своевременная терапия, т.е. ее следует начинать до развития у человека выраженных нарушений, в том случае, если он родился фенотипически здоровым. Некоторые биохимические дефекты могут частично компенсироваться с возрастом или в результате вмешательства.

В настоящее время и в перспективе, большая роль отводится геновой инженерии, направлению науки, суть которого заключается во вмешательстве в состав и работу генетического аппарата или исправление генов-мутантов, их замена на нормальные.

Для обоснования выводов было проведено анкетирование. Были опрошены студенты 1-4 курсов высших учебных заведений г. Омска. В анкетировании приняло участие 52 человека.

Опрошенным было предложено ответить на 10 вопросов, целью которых являлось:

1. Определение уровня знаний студентов о многообразии наследственных и генетических заболеваний и механизмах их наследования;
2. Выявление наиболее распространённых источников информации о наследственных и генетических заболеваниях;
3. Определение уровня заинтересованности опрошенных в расширении кругозора знаний о наследственных и генетических заболеваниях.

Анализ результатов анкетирования показал, что:

- 1) У студентов сформировано понимание терминов «наследственность» и «наследственные заболевания», а также способов передачи наследственных заболеваний (38 опрошенных правильно указали значение терминов и способы передачи наследственных заболеваний; 12 человек выбрали вариант ответа «не знаю»; 2 человека воздержались от ответа).

2) Самым распространенным источником, осведомляющим опрошенных о генетических заболеваниях, являются учебные заведения (28 опрошенных узнали о наследственных заболеваниях в школе/университете, 14 от близких и родственников, 10 из интернета и средств массовой информации).

3) Большинство опрошенных, 39 человек, посещают занятия физкультуры в основной группе, соответственно, 14 человек в специальной медицинской группе.

4) При этом всего у 8 опрошенных есть генетические заболевания, у 40 генетических заболеваний нет, 4 человека воздержались от ответа. Однако, большинство опрошенных знают медицинскую историю своей семьи (41 человек ответили «да», 11 - «нет»), а также знают свою группу крови и группу крови своих родителей (39 человек ответили «да», 13 - «нет»).

5) В качестве метода профилактики генетических заболеваний 18 опрошенных указали ведение здорового образа жизни, 2 человека указали генную инженерию, остальные 32 человека выбрали вариант ответа «не знаю». При этом большинство опрошенных, 41 человек, хотели бы пополнить свои знания о наследственных и генетических заболеваниях, 9 человек не хотели бы, 2 человека воздержались от ответа.

Таким образом, анализ анкетирования говорит о том, что у студентов сформировано понимание феномена наследственности и наследственных заболеваний, благодаря знаниям, полученным в учебных заведениях. От родных и близких чаще всего узнают медицинскую историю своей семьи, свою группу крови и возможные наследственные заболевания.

Необходимо провести ряд мер, направленных на пополнение знаний студентов о наследственности и ее влиянии на здоровье. Этого можно достичь путем проведения лекций по физической культуре, использования раздаточных материалов, информирующих о методах профилактики наследственных заболеваний, прохождения медицинских осмотров, с целью выявления генетических аномалий на ранних стадиях.

Список используемых источников

1. Гайсинович, А.Е. Зарождение и развитие генетики [Текст] / А.Е. Гайсинович. - М.:КНО-РУС, 2012 – 424с.

2. Животовский, Л.А. Генетическая история человечества [Текст]/ Л.А. Животовский, Э.К. Хуснутдинова. - М.: ИНФРА-М, 2014. – 256 с.

3. Научный журнал «Экологическая генетика» [Электронный ресурс] / Экологическая генетика – Режим доступа: <https://journals.eco-vector.com/ecolgenet>, свободный.

4. Научно-практический журнал «Медицинская генетика» [Электронный ресурс] / Медицинская генетика – Режим доступа: <https://www.medgen-journal.ru/jour>, свободный.

УДК 304.4

Чумакова Д.Ю.

Финансовый Университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ПРОНИКНОВЕНИЕ ПОЛИТИКИ В РАЗЛИЧНЫЕ СФЕРЫ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Аннотация. *Статья посвящена анализу взаимодействия политики с другими сферами общественной жизни. Целью работы является рассмотрение связи политической сферы с другими формами жизни общества, оценить степень воздействия политики на различные формы общественной жизни. Автор статьи пришел к выводу, что связь политической сферы с другими областями неразрывна и оказывает большое значение в современном обществе.*

Ключевые слова: *политика, политическая сфера, общественная жизнь, общественные сферы, сферы общественной жизни, государство, политика государства.*

Chumakova, D. Yu.

Financial University (Omsk)

PENETRATION POLICY IN THE DIFFERENT SPHERES OF SOCIETY

Abstract. *The article analyzes the interaction of politics with other spheres of public life. The aim of the work is to consider the relationship of the political sphere with other forms of society, to assess the impact of policy on various forms of public life. The author of the article came to the conclusion that the connection of the political sphere with other areas is inseparable and has great importance in modern society.*

Keywords: *politics, political sphere, public life, public spheres, spheres of public life, state, state policy.*

Связь политики, как одной из сфер общественной жизни, актуализируется во множестве форм: экономической, правовой, культурной политике государства. Политика обладает возможностью безграничного проникновения в различные сферы. Вмешательство политики в экономику, участие в ней, в производстве и в распределении, ее регулировании. Существует ее связь и со сферой культуры, определяющей ее культурный облик.

Для выявления и установки пределов распространения политики в науке часто используют понятие политическая сфера. Политическая сфера — это «область политики, политической жизни общества, пределы распространения непосредственного влияния политиков и политических организаций, воздействия политических идей» [1, с. 34].

Проявление взаимосвязи политики с другими формами общественной жизни можно рассматривать с двух сторон.

С одной стороны, политика обусловлена экономическими, культурными факторами. Она предопределена социальной структурой общества, в частности статусной принадлежности групп к различным социальным уровням, уровнем социального расслоения общества, этническими процессами, влияющими на национальный состав населения, а также конфессиональной структурой.

Связь политики с другими сферами общественной жизни неразрывна и многообразна. Данные связи можно называть причинно-следственными, они показывают то, как взаимодействуют политические процессы с неполитическими факторами, и также функциональными, которые раскрывают взаимозависимость политики от других сфер, которые в свою очередь являются самостоятельными системами социальных процессов, возникших в обществе.

Рассмотрим другую сторону, когда политика оказывает непосредственное воздействие на все сферы и сама проникает в них, оказывая при этом прямое подчинение остальных форм. Данная связь политической сферы с другими формами общественной жизни является всегда актуальной, ведь именно она показывает, как государство может контролировать общество, подчиняя при этом все сферы общественной жизни.

Эта сторона дает возможность говорить о двух случаях проникновения политики в жизнь общества.

Первый случай связан с тем, что политика, в лице государства обеспечивает условия для создания общественных ценностей, произведенных в экономической и духовной сферах, которые отвечают интересам тех или иных социальных групп. Эта особенность политики отражена в широко представленных определениях власти как инструмента распределения ценностей в обществе.

Вторым случаем является тот факт, что политика присутствует во всех общественных сферах в силу присущей ей управленческой функции и тем самым зачастую подчиняет эти сферы себе. Помимо того, что политика выражает интересы и потребности различных групп, она также занимается обеспечением их взаимодействия друг с другом, путем принятия политических решений оказывает на них влияние. Рассмотрим этот случай подробнее.

Государство способно управлять социальными процессами и регулировать их, воздействуя тем самым на интересы групп, используя социальное принуждение и насилие. На рационализа-

цию отношений между людьми в этих сферах, а также более рациональное использование общественных ценностей направлены такие виды государственной политики, как экономическая, военная, научно-техническая, социальная, культурная, экологическая и др.

Ответ на вопрос о распространенности политики в обществе прямо зависит от ее трактовки, а также от конкретных типов общественных и политических систем. Более широкий взгляд на сферу распространения политики выражает американский политолог Д. Хелд. Трактую политику как «борьбу за организацию человеческих возможностей», он утверждает, что она является «составным элементом всей человеческой жизни, неотъемлемым вектором, измерением производства и воспроизводства общества», а не только деятельностью правительства [2, с. 75].

Данная трактовка дает возможность, рассматривать случаи проникновения политики в общество на следующих примерах.

Самым тесным образом политика связана с правом, эту связь можно рассматривать как конкретный пример данной стороны. Законы, издаваемые политикой государства, определяют основные принципы и нормы, по которым должен жить его народ, а также закрепляет возможности политических деятелей по отношению к их работе. Помимо того, что политика призвана совершенствовать и следить за чистотой исполнения правовых принципов, она еще и нередко вторгается в правовую сферу, при этом пренебрегая исходными правовыми нормами.

На примере взаимоотношений права и политики, нельзя не заметить тот факт, что, когда власть переходит границы построенные правом, начинает доминировать государственное насилие. В истории это можно проследить при рабовладельческом строе, а также во времена феодализма, вплоть до буржуазно-демократических революций.

Этот пример показывает, как политические нормы вторгаются и пренебрегают правовыми, при этом создается почва для возникновения и развития тоталитарного режима в обществе. Там, где без правовой опоры доминируют политические устои, где права человека не выступают в качестве средства контроля над ее осуществлением, начинает возникать тоталитаризм.

Данная ситуация показывает то, что происходит придание наиболее значительным вопросам общественной жизни политического звучания; повышение роли государства в обществе. Такое чрезмерное вмешательство государства является практикой контроля тоталитарного государства за всеми сторонами жизни, включая личную жизнь человека, подмену механизма экономического саморегулирования политическим, в основе которых лежат идеологические стереотипы, либо приверженность идеям политической личности.

Примером такого контроля может служить культ личности И.В. Сталина. Для укрепления своей личной власти Сталин использовал важнейшие средства, как массовые репрессии. В советском государстве многие стали жертвами сталинских репрессий, к ним относились как хозяйственные работники, так и партийные руководители, начальники Красной Армии. Именно тогда начинает зарождаться культ личности Сталина. Применение «большого террора» обеспечивало жесткий тотальный контроль над обществом, заставляло людей превращаться в послушных исполнителей воли правителя.

Особо отметить стоит то, что тоталитаризм Советского государства послужило толчком и основным политическим инструментом к технической модернизации страны через подавления свободы личности, подталкивая к повиновению народа. В то время оно стало альтернативой цивилизованному, демократическому пути модернизации общества.

С опорой на исторический опыт можно даже говорить, что в современных государствах право приобрело приоритет над государственной властью, а значит и над политикой. Однако все же существуют примеры, где все происходит наоборот (Северная Корея, Сингапур).

Политика самым прямым образом отражает коренные интересы государства и принадлежащих к нему социальных групп, именно поэтому нередко ее называют концентрированным выражением экономики. Сильное влияние оказывает политическая сфера на развитие экономики в государстве, это выражается через урегулирование вопросов производства, распределения, обмена, потребления ресурсов.

Свободной экономика может стать только тогда, когда политика не навязывает командной экономики. Такая свобода предполагает общественный порядок, а также такую систему прав собственности, которую вновь может установить только политическая власть.

Например, на предприятии действуют люди, преследующие свои экономические интересы, для достижения которых они должны составить такой план действий, который бы приносил как можно больше прибыли и выполнял задачи, поставленные целью. План, построенный организацией, зависит от состояния экономики всего государства в целом. Если, например, государство введет слишком большие налоги, то снизятся стимулы к экономической деятельности, что приведет невыполнению выстроенного плана, падению престижа компании, и вообще оно не сможет себя обеспечивать, но при этом руководство будет вынуждено все равно платить налоги, либо пытаться всячески обойти законы.

Отрицательным воздействием на экономику может служить такой неоднозначный пример, когда в целях снижения безработицы будут, общественные работы, соответственно созданы дополнительные рабочие места, что поможет увеличить занятость населения, но вместе с тем возрастет инфляция. Исходя, из приведенных примеров, можно говорить, что от проводимой экономической политики зависит состояние экономики, что показывает верховенство политики над экономикой.

Политика в современном обществе занимается удовлетворением возникших потребностей в организации новых форм, принципах организации жизни общества. Основным средством политики становится государство, которое выполняет двойную функцию: является орудием классового господства и организует удовлетворение интересов различных социальных групп.

Таким образом, можно говорить о том, что у каждого человека свой взгляд на политику государства, в котором он живет. Одни считают ее достижением культуры, другие ее "не замечают", третьи называют "грязным делом". Но если отойти от крайних точек зрения, то все же следует признать, что мир, в котором мы живем, был, есть и будет в обозримом будущем миром политическим, поэтому политика вынуждена подчинять под себя все сферы жизни общества, чтобы контролировать их и осуществлять порядок. Так, сферы общественной жизни регулируют политику, настраивают на свой лад, а порой даже ограничивают.

Список используемых источников:

1. Пугачев, В.П., М. Введение в политологию: учебник [Текст] / В.П Пугачев., А.И. Соловьев - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: КноРус, 2015. - 520 с.
2. Козырев, Г. И., Основы социологии и политологии: учебник. [Текст] / - Г.И. Козырев, М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007. - 240 с.

СЕКЦИЯ 9. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

УДК 004.9:657

Александрова Д.А. Епифанова В.Е.
Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОМПОНОВКИ ДАННЫХ В 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ ПРИ СОЗДАНИИ БУХГАЛТЕРСКИХ ОТЧЕТОВ

Аннотация. Рассматриваются технологии создания дополнительных бухгалтерских отчетов в системе 1С:Предприятие. Целью работы является использование схемы разработки отчета с помощью системы компоновки данных.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, бухгалтерские отчеты, 1С:Предприятие, компоновка данных, составные пользовательские отчеты.

Aleksandrova D.A. Epifanova V.E.
Finance University (Omsk)

USING DATA LOCATION SYSTEM IN 1C: ENTERPRISE IN CREATING ACCOUNTING REPORTS

Abstract. The technologies of creating additional accounting reports in the 1C: Enterprise system are considered. It uses a scheme for developing and using a report using a data composition system.

Keyword: accounting, accounting reports, 1C: Enterprise, data composition, composite user reports.

Современный уровень организации учета требует более тщательного соблюдения требований достоверности и полноты бухгалтерской (финансовой) отчетности, являющейся информационной базой для внутренних и внешних пользователей.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность – это единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и результатах ее хозяйственной деятельности, формируемая на основе данных бухгалтерского учета.

Потребность внутренних пользователей в бухгалтерской (финансовой) отчетности связана с необходимостью принятия управленческих решений, оценки эффективности деятельности организации и ее руководства, стратегического планирования, прогнозирования отдельных показателей и финансовой деятельности в целом, и т.д.

Внешние пользователи в своей деятельности обособлены от непосредственного управления деятельностью организации, но нуждаются в информации о нем. В эту группу пользователей входят:

- Собственники, инвесторы;
- Поставщики и подрядчики;
- Налоговые и финансовые органы;
- Обслуживающие банки и страховые организации;
- Органы статистики, арбитраж, биржи.

Функциональность бухгалтерской (финансовой) отчетности характеризуется своевременностью и быстротой предоставления информации и проведением контроля над хозяйственной деятельностью организации. Отчетность содержит сведения о фактическом состоянии организации и итогах осуществляемой деятельности, как в целом, так и по отдельным производствам и центрам ответственности. Она обеспечивает контроль за предоставлением достоверных сведений. Каждый отчетный период заканчивается составлением бухгалтерского (финансового)

отчета, который является завершением отчетного периода и который документально подтверждает полученные организацией результаты хозяйственной деятельности.

Для систематизации и обработки информации используются пакеты прикладных программ, которые позволяют эффективно обрабатывать данные, сокращать вероятность допущения ошибок и оперативно получать необходимые сведения. Современные программные пакеты обеспечивают процесс ведения учета в зависимости от масштаба организации, ее специфики и вида деятельности. Среди популярных российских разработчиков автоматизированных бухгалтерских систем встречаются следующие: «1С: Предприятие»; «Интеллект – сервис» «Парус»; «Галлактика»; «ДиаСофт» и т.д. Наиболее широко зарекомендовали себя программные комплексы для крупного бизнеса («Scala», «Sun System», «Platinum», «SAP», «Avalon», «Triton»).

Рассмотрим систему «1С:Предприятие» т.к. на сегодняшний день это самый востребованный и продаваемый продукт на территории России. Популярность этой программе обеспечена мощной рекламой, развитой дилерской сетью, невысокой ценой и грамотной маркетинговой стратегией.

Целью автоматизации хозяйственной деятельности любой фирмы является формирование разнообразной отчетности, удовлетворяющей интересам бухгалтерского, финансового и административного учета [5, с. 7]. Программное обеспечение 1С:Предприятие предлагает следующие виды документации для детализации и понимания бухгалтерской и финансовой отчетности [2]:

- Оборотно-сальдовая ведомость и Оборотно-сальдовая ведомость по счету. Отражают состояние счетов (конкретного счета) на начало периода и показывают приход и уход средств по счетам (по счету) за период, а так же показывают состояние счетов (конкретного счета) на конец периода.

- Обороты счета. Отвечает на следующий вопрос: в каком объеме и в корреспонденции с какими счетами было поступление и списание средств на выбранном счете в течение заданного периода.

- Анализ счета. Отображает обороты между выбранным счетом и всеми остальными счетами за выбранный период, а также отражает остатки по выбранному счету на начало и конец периода.

- Карточка счета. Представляет собой размещенную по датам отобранную информации о проводках, относящиеся к выбранному периоду и в которых использовался выбранный счет.

- Анализ субконто. Показывает сальдо на начало и конец периода, а также обороты за период по счетам, которые имеют заданный вид субконто и заданное значение субконто.

- Отчет по проводкам. Отчет состоит из сведений, взятых из проводок, отобранных по определенным заранее критериям.

- Главная книга. Показывает для каждого счета (субсчета) сальдо на начало и конец отчетного периода и его обороты с другими счетами (субсчетами) за определенный период.

- Шахматная ведомость. Этот отчет содержит табличное представление оборотов между счетами за выбранный период времени.

Все эти виды документации представляются для внутренних пользователей бухгалтерской информации. Для внешних пользователей формируется бухгалтерская (финансовая) отчетность:

- Бухгалтерский баланс.
- Отчет о финансовых результатах.
- Отчет об изменениях капитала.
- Отчет о движении денежных средств.
- Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
- Отчет о целевом использовании полученных средств.

Кроме стандартных встроенных отчетов 1С:Предприятие позволяет формировать и другие отчеты по требованию пользователя. Для решения этой задачи на платформе 1С:Предприятие

используется специальный механизм построения аналитической отчетности – система компоновки данных, которая позволяет использовать автоматически генерируемые формы просмотра и настройки вложенного отчета.

В данной статье будет рассмотрен нестандартный отчет, созданный в 1С:Предприятие, помогающий руководителю принимать рациональные решения на основе имеющихся данных. Организация занимается продажами, её задача – тщательно следить и анализировать структуру своих покупателей и поставщиков. В связи с этим, было принято решение о создании нестандартного отчета в программном обеспечении 1С:Предприятие под названием «Реализация товаров по контрагентам», которой раскрывает аналитику взаимоотношений с контрагентами организации.

Отчет будет создаваться разработчиком в системе компоновки данных и использоваться пользователем для создания множества вариантов вывода данных с применением механизма быстрых пользовательских настроек. Схема разработки и использования отчета с помощью системы компоновки данных приведена на рисунке 1 [5, с. 12].

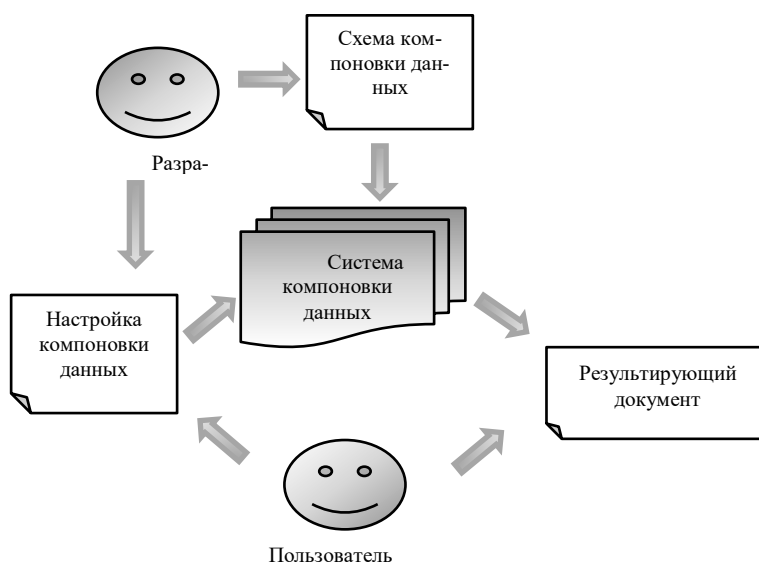


Рисунок 1. Система компоновки данных

Создадим на основе приведенной схемы отчет «Реализация товаров по контрагентам», представляющий список услуг фирмы и соответствующую информацию из отчета о продажах номенклатуры для каждой услуги.

Для реализации данной задачи выведем в отчет список контрагентов. Информацию о продажах будем получать из Отчета по продажам.

Перейдем на закладку *Вложенные схемы*, где добавим новую схему под названием *Продажи*. После чего установим связь вложенной схемы с родительской так, чтобы по каждому контрагенту отражалась требуемая информация из вложенного отчета. Отнесем туда поля: периоды по месяцам и дням, стоимость проданных товаров.

Определим структуру отчета вручную. Для этого на закладке *Настройки* вызовем контекстное меню элемента *Отчет* и добавим новую группировку. Поле группировки – Контрагент. Вложенная схема со своими настройками добавилась в основной отчет [4, с. 48].

В результате мы получаем список контрагентов и данные о продажах номенклатуры по каждому из них, используя вложенный отчет «Отчет по продажам» (Рисунок 2).

Список контрагентов			
Вариант отчета		Основной	
Сформировать		Настройка	
Контрагент ООО "Автоматика"			
Контрагент	Стоимость	Стоимость.% в группировке	Стоимость.% общий
Период, день			
(00000001) ООО "Автоматика"	24 500,00	100,00	100,00
Декабрь, 2011	11 500,00	46,94	46,94
05.12.2011	1 000,00	8,70	4,08
11.12.2011	10 500,00	91,30	42,86
Январь, 2012	13 000,00	53,06	53,96
12.01.2012	13 000,00	100,00	53,06
Итого	24 500,00	100,00	100,00
Контрагент ООО "Атлант"			
Контрагент	Стоимость	Стоимость.% в группировке	Стоимость.% общий
Период, день			
(00000002) ООО "Атлант"	9 000,00	100,00	100,00
Январь, 2012	9 000,00	100,00	100,00
13.01.2012	4 000,00	44,44	44,44
15.01.2012	5 000,00	55,56	55,56
Итого	9 000,00	100,00	100,00
Контрагент ООО "Система"			
Контрагент	Стоимость	Стоимость.% в группировке	Стоимость.% общий
Период, день			
(00000003) ООО "Система"	10 000,00	100,00	100,00
Декабрь, 2011	10 000,00	100,00	100,00
09.12.2011	10 000,00	100,00	100,00
Итого	10 000,00	100,00	100,00
Контрагент ООО "Стандарт"			
Контрагент	Стоимость	Стоимость.% в группировке	Стоимость.% общий
Период, день			
(00000004) ООО "Стандарт"	4 500,00	100,00	100,00
Январь, 2012	4 500,00	100,00	100,00
14.01.2012	4 500,00	100,00	100,00
Итого	4 500,00	100,00	100,00

Рисунок 2. Результирующий отчет по контрагентам

Список используемых источников:

1. Приказ Минфина России от 29.07.1998 N 34н (ред. от 11.04.2018) "Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации".
2. Приказ Минфина РФ от 6 июля 1999 г. N 43н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99".
3. Абрамченко, Н. В., Денисов, В.П. Модуль аналитической отчетности в корпоративной информационной системе «1С: Предприятие». Часть I: Учебное пособие. – Омск: 2016. – 81 с.
4. Натепрова, Т. Я. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: Учебное пособие / Т. Я. Натепрова, О. В. Трубицына. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. – 292 с.
5. Хрусталева, Е.Ю. Разработка отчетов в «1С:Предприятие 8». Система компоновки данных [Текст] / Е.Ю. Хрусталева. – 2-е изд. – М.: 1С-Паблишинг, 2012. – 484 с.: ил.

УДК 51(09)

Гавриленко Т.Ю., Григорец В.А.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ПЛАТОНОВЫ ТЕЛА И МАГИЯ ЦИФР

Аннотация. В данной статье анализируется взаимосвязь математических категорий с характером человека, а также с пятью стихиями и структурой всего живого на Земле. Проводится расчёт психоматрицы исторической личности – И.В.Сталина, и полученные данные сравниваются с его биографией.

Ключевые слова: Квадрат Пифагора, психоматрица, геометрия, Платоновы тела, тетраэдр, октаэдр, куб, икосаэдр, додекаэдр.

Gavrilenko T. U., Grigorets V.A.
Financial University (Omsk)

THE PLATON BODIES AND MAGIC OF NUMBERS

Abstract. *In this article the interconnection between math categories and human character and structure of all living things on the planet Earth is analyzed. The calculation of I.V. Stalin's psychomatrix is performed. The received data compares with his real biography.*

Key words: *The Pythagoras square, psychomatrix, geometry, The Platon bodies, tetrahedron, octahedron, cube, icosahedron, dodecahedron.*

Арифметика, алгебра, геометрия, статистика и другое – все это, разделы такой науки, как математика. Каждый ребенок начинает свой путь обучения с алфавита и познания цифр. Год за годом, становясь старше, его учат складывать, вычитать, умножать и делить уже не только цифры, но и буквы. Знакомят с геометрическими фигурами и телами, выводят различные формулы, заставляют знать назубок многие теоремы и доказательства. Большая часть данной информации кажется бесполезной и совершенно ненужной в реальной жизни. Зачем нам знание формулы дискриминанта, если мы просто идем за продуктами в магазин или умение доказывать параллельность прямых, если на глаз клеим в комнате обои?

Подобные вопросы приходят на ум всякому, кто хоть как-то сталкивался с математикой. Также, не секрет, что многие люди считают математику чем-то скучным и совершенно неинтересным. Мы постараемся показать в данной работе, что это мнение ошибочно. Любая наука увлекательна, главное найти наиболее удачный угол изучения.

Обернувшись вокруг и присмотревшись внимательнее, можно заметить, что окружающий нас мир, созданный природой или человеком, состоит из правильных геометрических тел. Большинство архитектурных сооружений – это прямоугольный параллелепипед, а, например, кухонная утварь напоминает цилиндр.

В мире существуют особые геометрические тела правильной и симметричной формы, названные «Платоновыми телами». Впервые о них упоминает Пифагор, рассказывая грекам о пяти телах, что являются символами пяти стихий: огня, воздуха, воды, земли и эфира. Еще древние египтяне учили, что формами всех частиц материи и, соответственно, нашей планеты Земля, были правильные геометрические формы.

Эти пять геометрических фигур: тетраэдр с четырьмя треугольными гранями, гексаэдр или куб с шестью квадратными гранями, октаэдр с восьмью треугольными гранями, икосаэдр с двадцатью треугольными гранями и додекаэдр с двенадцатью пятиугольными гранями. Каждый из них имеет свое определенное значение, символику и трактование.

Тетраэдр - как самый легкий и простейший из правильных тел, является символом огненной стихии. Считается, что вначале планета представляла собой огненный шар и стихия огня была первичной. Поэтому тетраэдр с его четырьмя треугольными гранями лежит в основе всех тел.

Воздушные частицы символизирует октаэдром, имеющим восемь треугольных граней, двенадцать ребер, шесть вершин и квадрат в разрезе. Данная стихия развивалась вслед за огненной, в следствии чего тетраэдр преобразовывается в пирамиду, которая, в свою очередь, дополняется второй и создается октаэдр.

Куб – стихия земли, так как устойчивее его нет среди геометрических тел.

Икосаэдр представляет собой стихию воды, одну из сложнейших частиц. Научно подтвержден тот факт, что молекула воды имеет тетраэдрическую, икосаэдрическую, додекаэдрическую и кубическую структуру.

Таинственный эфир, который был наиболее пронизываемый из всех субстанций и пронизывающий все остальные элементы, представляет додекаэдр. Это многогранник, состоящий из двенадцати пятиугольных граней, двадцати вершин, тридцати ребер и имеющий в разрезе шестиугольник [2].

Такое большое внимание уделялось этим фигурам неспроста. Еще в древности Платон и Пифагор уподобляли Землю икосаэдру и додекаэдру, а в наши дни благодаря геофизическим исследованиям стало известно, что ядро Земли имеет именно икосаэдро-додекаэдрическую структуру (ИДСЗ). В земной коре проступают проекции вписанных в земной шар правильных

многогранников: икосаэдра и додекаэдра. Оказалось, что вся поверхность земного глобуса может быть покрыта двадцатью равносторонними треугольниками. В узлах системы, которыми являются вершины, середины сторон и центры треугольников, оказались почти все очаги древних культур и цивилизаций.

Также в результате научных исследований было обнаружено, что все мировые магнитные аномалии совпадают с центрами треугольников и пятиугольников структуры ядра Земли. Мировые центры максимального и минимального давления находятся в узлах ИДСЗ. С узлами совпадают постоянные центры зарождения ураганов, а также многие гигантские завихрения океанических течений. Крупнейшие залежи полезных ископаемых также приурочены к ребрам и узлам ИДСЗ.

Еще в XIX веке ученые начали замечать сходство Земли с различными «Платоновыми телами», в частности кубом и октаэдром. В наше же время, ученые-геологи предполагают, что эволюция планеты происходила от простых форм к более сложным. Так, четырем геологическим эрам Земли соответствуют четыре силовых каркаса правильных многоугольников: протерозою – тетраэдр, палеозою – куб, мезозою – октаэдр, кайнозой – додекаэдр.

Еще одним интересным фактом считается то, что додекаэдрически-икосаэдрическая структура присуща не только энергетическому каркасу Земли, но и строению живого вещества на планете (доказано Д. Винтером). К примеру, в процессе деления яйцеклетка проходит все вышеперечисленные геометрические формы. И, наконец, структура ДНК представляет собой вращающийся додекаэдр.

Анализируя и изучая процессы, приуроченные к решеткам каждого из многогранников ИДСЗ, ученые пришли к выводу, что многогранники выполняют прямо противоположные функции. Так, в ребрах и узлах икосаэдра часто понижен рельеф и отмечается прогиб земной коры, а в ребрах и узлах додекаэдра, наоборот, рельеф повышен или отмечается тенденция к повышению.

Так, двадцать районов планеты, вершины додекаэдра, это центры потоков восходящего вещества, а двенадцать районов планеты, вершины икосаэдра, это центры нисходящих потоков. Общее количество конвективных ячеек – шестьдесят (это число соответствует китайскому циклу из 5 стихий по 12 каждый).

Предполагается, что ядро не что иное, как растущий кристалл в форме додекаэдра. Подобные элементы симметрии замечены у планет Солнечной системы и самого Солнца, что приводит к мысли о кристалльном энергетическом каркасе присущем всем объектам Космоса.

Таким образом, правильные геометрические формы лежат не только в основе различных предметов и строений, но и в основе живой клетки и ДНК, ядра Земли и ее поверхности, других существующих планет и звезд, самого Космоса и Вселенной. Под таким углом изучения, геометрия предстает перед нами в совершенно ином, более масштабном и глобальном свете.

Цифры, как и геометрические тела, тоже имеют свое значение и символику. К примеру, люди с древних времен считают дату рождения особым числовым ключом, с помощью которого можно разгадать судьбу и характер человека.

Психоматрица и Квадрат Пифагора – это разные названия сходных методов исследования человеческой личности с помощью цифр. Суть их заключается в том, что человек – это сумма качеств, каждое из которых может быть оценено в отдельности. В результате данного исследования мы получаем максимально подробный и точный психологически портрет личности [1].

Квадрат Пифагора представляет собой девять ячеек, в каждую из которых вписано число, которое определяет, насколько сильно выражено у человека то или иное качество. Все числа берутся из даты рождения человека.

Психоматрица – термин, введенный А. Ф. Александровым, предложившим современную, более детальную расшифровку Квадрата Пифагора. Несомненное преимущество исследования психоматрицы – наглядность получаемого результата. По ранее рассчитанному и заполненному квадрату Пифагора, можно легко узнать о человеке буквально все.

Покажем данный способ расчета на примере такой известной личности как Иосиф Виссарионович Сталин (Джугашвили), родившегося 18 декабря 1878 года.

Начнем с расчета по дате рождения. Важно, что при расчете не используется ноль. Выпишем числовой ряд для выбранной нами даты рождения: 18121878. Теперь приступим к расчету специальных чисел.

Для расчета первого специального числа необходимо сложить все цифры числового ряда даты рождения: $1+8+1+2+1+8+7+8=36$.

Вычислим второе специальное число. Для этого необходимо сложить цифры, из которых состоит первое специальное число: $3+6=9$.

Для вычисления третьего специального числа необходимо вычесть из первого специального числа первую цифру всего ряда (в нашем варианте цифра 1), умноженную на постоянный множитель – цифру два: $36 - (1*2)=34$.

Для вычисления четвертого числа необходимо сложить цифры, из которых состоит третье число: $3+4=7$.

Теперь добавим к числовому ряду по дате рождения получившиеся числа: 18121878369347. Из получившегося числового ряда заполняем квадрат Пифагора.

Таблица 1. Психоматрица.

111 (характер)	4 (здоровье)	77 (удача)	6 (цель)
2 (энергия)	нет (логика)	888 (долг)	4 (семья)
33 (интерес)	6 (труд)	9 (память)	4 (привычки)
6 (самооценка)	2 (работа)	6 (талант)	4/4 (дух/тело)

Каждая цифра в ячейках – это количественный показатель врожденного качества:

«1» - сила характера. Три цифры – сильный характер. Человек с таким показателем – волевая и, в то же время, «цельная» натура. Такой человек, при внешней мягкости и уступчивости, обладает мощным «внутренним стержнем», являющимся основой его личности. Поэтому «согнуть» или «сломать» его – практически невозможно. В основе действий – обдуманные решения, которые уже не меняются. Ни по собственной инициативе, ни под внешним влиянием.

«2» - энергия человека. Одна цифра – недостаточный энергетический потенциал. Поэтому любое активное действие рассчитано на одобрение окружающих. Это необходимая «подпитка».

«3» - познавательный потенциал. Две цифры – явная предрасположенность к точным наукам. Это не значит, что другие сферы деятельности совершенно недоступны. Но техника – лучший выбор.

«4» - потенциал здоровья. Одна цифра – явной предрасположенности к заболеваниям нет, но тяжелых физических нагрузок лучше избегать.

«5» - интуиция и логика. Цифр нет – дефицит логики, который, впрочем, легко может быть компенсирован хорошей интуицией, а также набором правил и «железных» принципов.

«6» - склонность к труду. Одна цифра – слабая предрасположенность к работе руками. Физический труд возможен как занятие для развлечения, но не как основная работа ради дохода.

«7» - удачливость. Две цифры – высокий показатель удачливости. Если есть хотя бы минимальные предпосылки для положительного результата, в нем можно не сомневаться.

«8» - уровень ответственности. Две цифры – повышенное чувство долга и ответственности.

«9» - память и интеллект. Одна цифра - означает, что человек ничего подолгу в голове не держит. Информация, не являющаяся жизненно необходимой, мгновенно забывается.

Далее рассмотрим цифры обозначающие строки и диагонали психоматрицы.

Первая строка психоматрицы определяет наличие в характере индивидуума такого качества, как целеустремленность. Шесть цифр в данной строке означают, что показатель целеустремленности на нуле. Цели настолько выходят за рамки возможностей, что нет смысла пытаться их осуществить.

Вторая строка психоматрицы показывает, насколько у данного человека сильна тяга к созданию семьи, желание выстроить систему отношений, основанную на тесном взаимодействии с представителем противоположного пола. Четыре цифры в данной строке означают предрасположенность к семейной жизни. Для благоприятного существования человеку необходимо вступление в брак и создание семьи.

Цифры, составляющие третью строку психоматрицы, являются показателем уровня стабильности характера человека. Четыре цифры показывают высокий уровень стабильности. Часто граничит с консерватизмом.

Первый столбец психоматрицы является числовым показателем уровня самооценки человека. Шесть цифр – необоснованно завышенная самооценка. Демонстрация возможностей, реальных и мнимых, превращается в ритуал, скрывающий бездействие.

Цифры второго столбца психоматрицы говорят о физическом здоровье человека, уровне его выносливости, степени предрасположенности к труду и овладению практическими навыками, а также о его способности мыслить логически. Две цифры означают, что работа для этого человека – это неприятная необходимость, но если человек изменит свое отношение, то перед ним откроются все двери.

Третий столбец психоматрицы содержит сведения о таланте человека. Шесть цифр – гениальность без возможности практического применения. Итог любых действий настолько очевиден, что пропадает всякий интерес.

Спадающая диагональ демонстрирует уровень духовности человека. Четыре цифры – подлинная одухотворенность. Эмпирическое познание мира уступает место эмоциональному восприятию [3].

Восходящая диагональ психоматрицы является показателем темперамента человека в плане интимных, плотских отношений. Четыре цифры – высокий уровень темперамента. Сексуальные отношения становятся основой мотивации, на них ориентированы все активные действия.

Можно сделать вывод, что психоматрица достаточно точно отражает качества присущие данному человеку. Обращаясь к истории жизни Иосифа Виссарионовича Сталина можно сказать, что большинство показателей верно отражают качества, присущие его характеру. К примеру, можно точно сказать, что он действительно обладал отличными умственными способностями, а также серьезные болезни начали появляться у него только в 1920-х годах, что также подтверждает результаты, полученные из психоматрицы. Также всем известный факт, что он обладал очень сильным характером и высоким темпераментом. Для него была важна семья, хотя отношение с ней складывались достаточно сложно. В целом можно сказать, что психоматрица, хоть и с некоторыми недочетами, очень точно отражает личность данного человека.

Таким образом, рассмотрев математику, точную и логичную, с совершенно другой, более таинственной стороны, мало кто скажет, что эта наука неинтересна. И как бы люди не любили ее, а дети не хотели ею заниматься в школе, она является неотъемлемой частью нашей жизни и основой, без которой рассыпаются на части другие, не менее важные науки.

Список используемых источников:

1. Александров, А. Большая книга нумерологии. Цифровой анализ [Текст] / А.Александров. – М.: РИПОЛ классик, 2016.- 1088 с.
2. Венниджер, М. Модели многогранников. [Текст] / М. Венниджер. Перевод с англ. В.В. Фирсова. – М.: Мир, 1974.-236 с.
3. Матвеев, С.А. Нумерология. Большая книга чисел вашей судьбы [Текст] / С.А. Матвеев. – М.: АСТ,2017. – 287 с.

КОЭФФИЦИЕНТ ЭЛАСТИЧНОСТИ ФУНКЦИИ В ОЦЕНКЕ ДИНАМИКИ РЫ- НОЧНОГО РАВНОВЕСИЯ

***Аннотация.** В настоящей статье мы рассмотрим понятие эластичности функций спроса и предложения, а также возможности использования коэффициента эластичности в оценке динамики рынка образовательных услуг.*

***Ключевые слова:** Спрос, предложение, коэффициент эластичности, рыночное равновесие, цена, рынок образовательных услуг, социальное партнерство.*

Zolotarev D.S., Simatova A.E.
Financial University (Omsk)

THE COEFFICIENT OF ELASTICITY IN ASSESSING THE MARKET ECONOMY

***Abstract.** In this article we consider the concept of elasticity of the functions of supply and demand, as well as the possibility of using the coefficient of elasticity in assessing the dynamics of the educational services market.*

***Key words:** Demand, supply, elasticity coefficient, market equilibrium, price, educational services market, social partnership.*

Изучая современную рыночную экономику с точки зрения перспективных прогнозов поведения экономических агентов в динамично изменяющихся условиях, представляется необходимым рассмотреть понятия спроса и предложения. Спрос - это количество товаров и услуг, которые покупатели могут и желают купить по строго заданной цене. В свою очередь, предложение - это готовность производителя создавать какое-либо количество товара за определенный период при определенной цене. Известно, что кривые спроса и предложения пересекаются в точке равновесия, которая показывает нам оптимальную цену и количество товара, которые будут устраивать как производителя, так и потребителя [4].

В качестве объекта исследования мы решили взять образовательную услугу. Рынок образовательных услуг - это система социально-экономических отношений между учебным заведением и потребителем с целью продажи и покупки образовательной услуги. Одной из особенностей данного рынка является то обстоятельство, что важную роль в организации указанной услуги играют предприятия. В современных условиях определена значимость социального партнерства как механизма кооперации коллективных субъектов профессиональных и образовательных структур (стейкхолдеров образования) в лице образовательных организаций, предприятий, учреждений культуры и пр. В статье 15 Федерального закона «Об образовании в РФ» подчеркивается, что новые социально-экономические условия требуют расширения сетевого взаимодействия стейкхолдеров образования [1]. В условиях социального партнерства предприятия осуществляют функцию информирования сферы образования, в том числе вузов, о спросе на конкретные направления подготовки. На основании показателей спроса работодателей формируется количество бюджетных и коммерческих мест.

В современном мире существует большое множество факторов, которые, наряду с ценой, в той или иной степени влияют на объем предложения. Так, в сфере высшего образования можно выделить следующие неценовые факторы: уровень образования (бакалавриат, магистратура, аспирантура), интенсификация конкурентной борьбы вузов, уровень цифровизации, рост технологических возможностей, престиж вуза и др.

С целью изучения динамики спроса и предложения на рынке образовательных услуг мы выбрали Финансовый Университет при Правительстве РФ (Омский филиал), поскольку учимся

и работаем в данном образовательном учреждении. Результаты анализа представленной на сайте филиала информации по количеству коммерческих мест и стоимости платных услуг позволяет акцентировать внимание на том, что престиж Финансового Университета при Правительстве РФ (Финуниверситета) в Сибирском регионе начал расти к 2018 году [5]. Это подтверждается сокращением предложения и увеличением спроса на образовательные услуги, несмотря на быстрый рост цен. (рис.1).

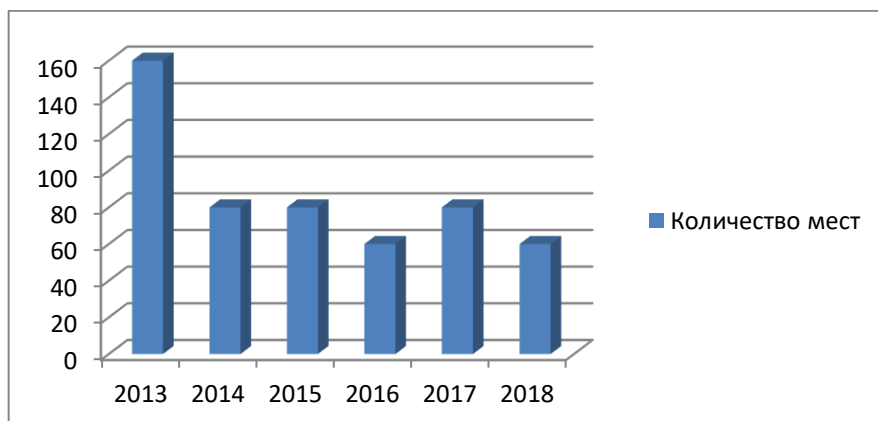


Рисунок 1. Количество коммерческих мест в Финуниверситете (Омский филиал)

В своей работе мы продемонстрируем роль математического аппарата эластичности в формировании политики ценообразования на рынке образовательных услуг. Известно, что коэффициент эластичности функции демонстрирует изменение одного фактора (спроса или предложения) при изменении другого (цены) на 1% [3]. Это, в свою очередь, даёт возможность прогнозировать политику ценообразования [2].

Пример. На основе данных о результатах платного набора студентов на очное отделение Омского филиала Финуниверситета в период 2013-2018 годы была составлена таблица, отражающая информацию о временном интервале, количестве спроса и предложения в рамках коммерческого набора, а также стоимости платных услуг (табл. 1).

Постановка проблемы.

Каковы возможности математического аппарата эластичности и современных программных средств в прогнозировании динамики ценообразования на рынке образовательных услуг?

Задачи исследования.

1. Сбор эмпирического материала. Представление информации о спросе и предложении на образовательную услугу за указанный период времени в табличной форме. Использование метода наименьших квадратов для нахождения уравнений функций спроса и предложения.

2. Расчет эластичности спроса и предложения в точке равновесия, эластичности выручки. Определение группы товаров, к которой относится данная услуга.

3. Оценка изменения динамики рыночного равновесия. Прогноз о перспективных тенденциях ценообразования на платные услуги за обучение в Омском филиале Финуниверситета в 2019 году.

Решение.

На основании представленных табличных данных с использованием метода наименьших квадратов, реализуемого в MS Excel, получаем уравнения функций спроса и предложения на образовательную услугу:

$$D = 54 + 8p$$

$$S = 139 - 15p$$

Аналитическое условие рыночного равновесия позволяет определить равновесную цену и равновесный объем реализуемой услуги платного образования:

$$D(p_0) = S(p_0) \Rightarrow 54 + 8p = 139 - 15p \Rightarrow p_0 = 3,7, q_0 = 83.$$

Таким образом, размер равновесной цены равен 37000 руб., равновесный объем – 83 чел.

Денежная выручка составляет $R = p \cdot D(p)$. Тогда при равновесной цене ее размер равен $R = 37000 \cdot 83 = 3071000$ руб.

Таблица 1. Объемы спроса и предложения

Пе- риод	Коли- чество мест, чел.	Количе- ство поступив- ших, чел.	Стои- мость, руб. (*10000)
2013	160	80	6,6
2014	80	59	7,0
2015	80	62	7,6
2016	60	98	7,98
2017	80	85	9,5
2018	60	114	10,12

Вычислим эластичность спроса и предложения, используя математическую модель коэффициента эластичности:

$$E_p(D) = \frac{P}{D(p)} D'(p) = \frac{P}{54 + 8p} (54 + 8p)' = \frac{8p}{54 + 8p} \Rightarrow$$

$$E_{p=3,7}(D) = \frac{8 \cdot 3,7}{54 + 8 \cdot 3,7} = 0,35 \Rightarrow |E_p(D)| < 1.$$

$$E_p(S) = \frac{P}{S(p)} S'(p) = \frac{P}{139 - 15p} (139 - 15p)' = \frac{-15p}{139 - 15p} \Rightarrow$$

$$E_{p=3,7}(S) = \frac{-15 \cdot 3,7}{139 - 15 \cdot 3,7} = -0,66 \Rightarrow E_p(S) < 1.$$

На основании полученных данных очевидно, что значение коэффициента эластичности спроса по модулю не превосходит единицу. Коэффициент эластичности предложения также меньше единицы. Результаты позволяют сделать вывод о том, что спрос и предложение на платное образование неэластичны, т.е. рост цены не повлечет резкого падения спроса на услугу.

Ранее было отмечено, что функция денежной выручки вуза от платных образовательных услуг имеет вид: $R = p \cdot D(p)$. Найдем коэффициент эластичности функции выручки как отношение независимой переменной к функции выручки, умноженное на производную функции:

$$E_p(R) = \frac{P}{p \cdot D(p)} (p \cdot D(p))' = \frac{P}{p \cdot D(p)} (D(p) + p \cdot D'(p)) = 1 + E_p(D) \Rightarrow$$

$$E_{p=3,7}(R) = 1 + 0,35 = 1,35.$$

Коэффициент эластичности выручки показывает на сколько процентов изменится выручка при увеличении цены на 1%. Так, например, в этом случае при увеличении равновесной цены на 20% размер выручки, получаемой вузом от реализации платной образовательной услуги увеличится на

$$20 \cdot E_{p=3,7}(R) = 20 \cdot 1,35 = 27\%.$$

Полученный результат подтверждает одно из основных положений экономической теории о том, что с ростом цены на товары неэластичного спроса денежная выручка растет. Это, в свою очередь, позволяет сделать вывод о том, что данная образовательная услуга как пример реализуемого на рынке товара является неэластичной, а значит, увеличение цены не повлечет за собой значительного уменьшения спроса. В этой связи, с большой долей вероятности можно предположить, что в условиях современной инфляции с ростом стоимости платного образования в Омском филиале Финуниверситета в 2019 году спрос (количество абитуриентов, желающих учиться в данном заведении) на данную услугу будет не только не уменьшаться, но и вероятнее всего расти.

Данная работа выполнена нами в рамках учебных дисциплин «Математика» и «Компьютерный практикум», изучаемых на первом курсе бакалавриата. Перспективные направления дальнейшего исследования состоят в возможности оценить вероятность прогноза динамики ценообразования на рынке образовательных услуг средствами дисциплины «Анализ данных» на втором курсе.

Список используемых источников:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в РФ» // Правовая справочно-информационная система «Гарант».
2. Бурмистрова, Н.А. Сборник прикладных математических задач для студентов экономических вузов: учеб. пособие [Текст] / Н.А. Бурмистрова. – Омск: ИД «Наука», 2011. – 140с.
3. Высшая математика для экономического бакалавриата: учебник и практикум [Текст] / Под ред. Н.Ш. Кремера. – М.: Издательство «Юрайт», 2012. – 576 с.
4. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики [Текст] / Р.М. Нуреев. – М.: Издательство «Норма», 2006. – 572 с.
5. Отчеты Приемной комиссии Финансового университета при Правительстве РФ (Омский филиал) за 2013-2019 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.old.fa.ru/fil/pk-omsk/Pages/default.aspx>, свободный

УДК 330.42

Олейник Е.С., Пермякова П.Е.

Финансовый университет при Правительстве РФ (Омск)

ПОРТФЕЛЬ ИЗ ДВУХ АКТИВОВ

Аннотация. В статье рассматриваются различные варианты поиска доходности и риска портфеля двух ценных бумаг. Показывается решение задачи нахождение средней доходности и риска портфеля в зависимости от доли вложений.

Ключевые слова: портфель, риск, доходность.

Oleinik E.S., Permyakova P.E.

Financial University (Omsk)

PORTFOLIO ANALYSIS OF TWO ASSETS

Abstract. The article discusses various options for finding returns and portfolio risk for two securities. Shows the solution to the problem of finding the average return and risk of the portfolio, depending on the proportion of investments.

Keywords: portfolio, risk, profitability.

Главная цель любого инвестора – обеспечение максимальной доходности инвестиций. При реализации этой цели возникают как минимум две основные проблемы: первая – в какие активы из имеющихся и в каких пропорциях вкладывать средства. Вторая проблема связана с тем, что на практике, более высокий уровень доходности, как правило, связан с более высоким риском. В зависимости от индивидуальной склонности к рискам инвестор может предпочесть вариант с большей доходностью, но связанный с меньшим риском или вариант менее рискованный и с меньшей доходностью. Две описанные проблемы выбора и составляют проблему формирования инвестиционного портфеля.

Портфелем, состоящим из n активов, называется вектор $X=(x_1, x_2, \dots, x_n)$, где x_i – доля инвестиций в актив вида i .

Каждый портфель X связан с двумя величинами: эффективностью (ожидаемая доходность) μ и риск σ . Математическое ожидание и дисперсия доходности актива называется его эффективностью и дисперсией. Математическое ожидание портфеля называется эффективностью портфеля, а среднее квадратическое доходности портфеля – его риском.

Из свойств математического ожидания и дисперсии можно получить формулы для ожидаемых доходности и риска портфеля, состоящего из n активов.

Главная цель в формировании портфеля – достижение оптимального сочетания между риском и доходностью за счет набора рисковых активов, который должен обеспечить:

- минимум риска потерь при заданном уровне доходности;
- или максимизировать доходность при заданном уровне риска.

В работе мы рассмотрим портфель из двух бумаг и подробно исследуем основные свойства такого портфеля.

Портфель, состоящий из двух активов $X_1(\mu_1; \sigma_1)$ и $X_2(\mu_2; \sigma_2)$, имеет вид:

$$X = k \cdot X_1 + (1 - k) \cdot X_2, \text{ где } 0 \leq k \leq 1.$$

Характеристики портфеля определяются следующим образом:

1) эффективность: $\mu = k \cdot \mu_1 + (1 - k) \cdot \mu_2$

2) дисперсия: $\sigma^2 = k^2 \cdot \sigma_1^2 + (1 - k)^2 \cdot \sigma_2^2 + 2 \cdot k \cdot (1 - k) \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2$

3) риск: $\sigma = \sqrt{k^2 \cdot \sigma_1^2 + (1 - k)^2 \cdot \sigma_2^2 + 2 \cdot k \cdot (1 - k) \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2}$,

где ρ – коэффициент корреляции случайных величин X_1 и X_2 .

Найдем портфель минимального риска и его доходность для двух зависимых бумаг. Воспользуемся тем, что правая часть в формуле дисперсии есть функция только одной переменной k . Найдем производную функции, приравняем ее к нулю и, решив полученное уравнение, найдем критическую точку.

$$\begin{aligned} (\sigma^2)'_k &= 2 \cdot k \cdot \sigma_1^2 - 2 \cdot (1 - k) \cdot \sigma_2^2 + 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2 - 4 \cdot k \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2 = \\ &= 2 \cdot k \cdot (\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2) - 2 \cdot \sigma_2^2 + 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2, \\ k \cdot (\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2) - \sigma_2^2 + \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2 &= 0, \\ k &= \frac{\sigma_2^2 - \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2} - \text{точка экстремума.} \end{aligned}$$

Так как вторая производная $(\sigma^2)''_k = \sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2$ всегда положительна, то найденная точка экстремума является точкой минимума.

Таким образом, портфель минимального риска имеет вид:

$$X = \left(\frac{\sigma_2^2 - \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2}; \frac{\sigma_1^2 - \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2} \right),$$

то есть веса активов определяются отношением $\frac{\sigma_2^2 - \rho_{12} \sigma_1 \sigma_2}{\sigma_1^2 - \rho_{12} \sigma_1 \sigma_2}$, а его доходность и риск определяются следующим образом:

$$\begin{aligned} \mu &= \frac{\mu_1 \cdot (\sigma_2^2 - \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2) + \mu_2 \cdot (\sigma_1^2 - \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2)}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2}, \\ \sigma &= \sqrt{\frac{\sigma_1^2 \cdot \sigma_2^2 \cdot (\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2) \cdot (1 - \rho_{12}^2)}{(\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2 \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2)^2}}. \end{aligned}$$

Если активы независимы, то формулы принимают вид:

$$X = \left(\frac{\sigma_2^2}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2}; \frac{\sigma_1^2}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2} \right), \quad \mu = \frac{\mu_1 \cdot \sigma_2^2 + \mu_2 \cdot \sigma_1^2}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2}, \quad \sigma = \frac{\sigma_1 \cdot \sigma_2}{\sqrt{\sigma_1^2 + \sigma_2^2}}.$$

Если задана эффективность или риск портфеля из двух активов, то такое условие однозначно определяет этот портфель.

Пусть μ – заданная эффективность портфеля, т.е.

$$\mu = k \cdot \mu_1 + (1-k) \cdot \mu_2 = k \cdot (\mu_1 - \mu_2) + \mu_2.$$

Отсюда находим, соответственно, портфель:

$$k = \frac{\mu - \mu_2}{\mu_1 - \mu_2}; 1 - k = \frac{\mu_1 - \mu}{\mu_1 - \mu_2}; X = \left(\frac{\mu - \mu_2}{\mu_1 - \mu_2}; \frac{\mu_1 - \mu}{\mu_1 - \mu_2} \right).$$

Подставив данные выражения в формулу дисперсии, получим:

$$\sigma^2 = \frac{\sigma_1^2 \cdot (\mu - \mu_2)^2 + \sigma_2^2 \cdot (\mu - \mu_1)^2 - 2 \cdot (\mu - \mu_1) \cdot (\mu - \mu_2) \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2}{(\mu_1 - \mu_2)^2}.$$

Полученное уравнение является уравнением связи риска с его эффективностью.

Риск портфеля заданной эффективности с независимыми активами:

$$\sigma = \frac{\sqrt{\sigma_1^2 (\mu - \mu_2)^2 + \sigma_2^2 (\mu - \mu_1)^2}}{|\mu_2 - \mu_1|}.$$

Портфель заданного риска также определяется однозначно из уравнения:

$$\sigma^2 = k^2 \cdot \sigma_1^2 + (1-k)^2 \cdot \sigma_2^2 + 2k \cdot (1-k) \cdot \rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2.$$

После преобразований получаем квадратное уравнение для k :

$$k^2 \cdot (\sigma_1^2 - 2\rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2 + \sigma_2^2) + 2\sigma_2 \cdot (\rho_{12} \cdot \sigma_1 - \sigma_2) \cdot k + (\sigma_2^2 - \sigma^2) = 0$$

Решая данное уравнение, найдем k :

$$k = \frac{-\sigma_2 \cdot (\rho_{12} \cdot \sigma_1 - \sigma_2) \pm \sqrt{D}}{\sigma_1^2 - 2\rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2 + \sigma_2^2}; 1 - k = \frac{\sigma_1 \cdot (\sigma_1 - \rho_{12} \cdot \sigma_2) \mp \sqrt{D}}{\sigma_1^2 - 2\rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2 + \sigma_2^2};$$

где $D = \sigma_2^2 (\sigma^2 - \sigma_2^2 + \rho_{12}^2 \cdot \sigma_2^2) + \sigma_2^2 \sigma^2 - 2\rho_{12} \cdot \sigma_1 \cdot \sigma_2 \cdot \sigma^2$.

Таким образом, получим портфель заданного риска σ :

$$X = \left(\frac{-\sigma_2 \cdot (\rho_{12} \cdot \sigma_1 - \sigma_2) \pm \sqrt{D}}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2\rho_{12} \sigma_1 \sigma_2}; \frac{\sigma_1 \cdot (\sigma_1 - \rho_{12} \cdot \sigma_2) \mp \sqrt{D}}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2 - 2\rho_{12} \sigma_1 \sigma_2} \right).$$

В случае независимости активов, получим:

$$D = \sigma_1^2 (\sigma^2 - \sigma_2^2) + \sigma_2^2 \cdot \sigma^2; X = \frac{\sigma_2^2 \pm \sqrt{D}}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2}; \frac{\sigma_1^2 \mp \sqrt{D}}{\sigma_1^2 + \sigma_2^2}.$$

Заметим, что это не портфель минимального риска, полученный ранее для независимых активов, а портфель заданного риска σ .

Задача. Инвестор собирается вложить 10000\$ в акции и/или в краткосрочные векселя. Доходность обоих источников подвержена колебаниям и описывается следующим совместным распределением:

Таблица 1. Закон совместного распределения активов

X(векселя)	Y(акции)			
	-10%	0	10%	20%
6%	0	0	0,1	0,1
8%	0	0,1	0,3	0,2
10%	0,1	0,1	0	0

Рассмотреть зависимость средней доходности и риска портфеля от доли вложений в активы. Построить график этой зависимости, разбив отрезок изменения доли на 10 равных частей.

Решение. Составим законы распределения составляющих X и Y и вычислим их числовые характеристики: математическое ожидание и дисперсию.

$$X = \begin{pmatrix} 6 & 8 & 10 \\ 0,2 & 0,6 & 0,2 \end{pmatrix}; Y = \begin{pmatrix} -10 & 0 & 10 & 20 \\ 0,1 & 0,2 & 0,4 & 0,3 \end{pmatrix}.$$

$$M(X) = \sum_{i=1}^n x_i p_i = 6 \cdot 0,2 + 8 \cdot 0,6 + 10 \cdot 0,2 = 8;$$

$$M(X^2) = \sum_{i=1}^n x_i^2 p_i = 6^2 \cdot 0,2 + 8^2 \cdot 0,6 + 10^2 \cdot 0,2 = 65,6 \Rightarrow D(X) = M(X^2) - M(X)^2 = 1,6.$$

$$M(Y) = \sum_{j=1}^m y_j p_j = -10 \cdot 0,1 + 0 \cdot 0,2 + 10 \cdot 0,4 + 20 \cdot 0,3 = 9;$$

$$M(Y^2) = \sum_{j=1}^m y_j^2 p_j = (-10)^2 \cdot 0,1 + 0^2 \cdot 0,2 + 10^2 \cdot 0,4 + 20^2 \cdot 0,3 = 170 \Rightarrow D(Y) = 89.$$

Для нахождения значения ковариации вычислим математическое ожидание произведения компонент:

$$M(XY) = \sum x_i y_j p_{ij} = 6 \cdot 10 \cdot 0,1 + 6 \cdot 20 \cdot 0,1 + 8 \cdot 10 \cdot 0,3 + 8 \cdot 20 \cdot 0,2 + 10 \cdot (-10) \cdot 0,1 = 64.$$

$$\text{cov}(X; Y) = M(XY) - M(X) \cdot M(Y) = 64 - 8 \cdot 9 = -8.$$

Найдем математическое ожидание и дисперсию портфеля $Z = (k; 1 - k)$, где $0 \leq k \leq 1$:

$$M(Z) = k \cdot M(X) + (1 - k) \cdot M(Y) = 8k + (1 - k) \cdot 9 = 9 - k \Rightarrow 8 \leq M(Z) \leq 9.$$

$$D(Z) = k^2 \cdot \sigma_X^2 + (1 - k)^2 \cdot \sigma_Y^2 + 2k(1 - k) \text{cov}(X; Y) = \\ = 1,6 \cdot k^2 + (1 - 2k + k^2) \cdot 89 - 16k \cdot (1 - k) = 106,6k^2 - 194k + 89.$$

Далее рассмотрим доходность и риск портфеля в зависимости от доли вложений в актив, при общем объеме имеющихся средств 10000\$, разбив отрезок изменения доли на 10 равных частей. Получим, например, при $k = 0,1$:

$$M(Z) = 9 - 0,1 = 8,9\% \Rightarrow M(Z) = 0,089 \cdot 10000 = 890 \$;$$

$$\sigma_Z^2 = 106,6 \cdot 0,01^2 - 194 \cdot 0,1 + 89 = 70,666 \Rightarrow \sigma_Z = \sqrt{70,666} \approx 8,406 \% \approx 840,6 \$.$$

Все вычисления поместим в таблицу 2 и построим графики зависимости:

Таблица 2.

k	$\mu(\%)$	σ^2	$\sigma(\%)$	$\mu(\$)$	$\sigma(\$)$
0	9	89	9,434	900	943,40
0,1	8,9	70,666	8,406	890	840,63
0,2	8,8	54,464	7,380	880	738,00
0,3	8,7	40,394	6,356	870	635,56
0,4	8,6	28,456	5,334	860	533,44
0,5	8,5	18,65	4,319	850	431,86
0,6	8,4	10,976	3,313	840	331,30
0,7	8,3	5,434	2,331	830	233,11
0,8	8,2	2,024	1,423	820	142,27
0,9	8,1	0,746	0,864	810	86,37
1	8	1,6	1,265	800	126,49

Из расчетов видно, что портфель минимального риска обеспечивается приблизительно при $k=0,9$ и риск составляет 86,37\$, при этом доходность данного портфеля равняется 810\$. Точное значение минимального риска, найденное по формулам равно 790,6 \$ при $k=0,91$ с доходностью 809,01 \$.

Список используемых источников:

1. Брусов, П.Н. Финансовая математика: учебное пособие [Текст] / П.Н. Брусов, П.П. Брусов, Н.П. Орехов, С.В. Скородулина – М.: КНОРУС, 2014. – 224 с.

2. Ильина, Н.И. Теория вероятностей для экономического бакалавриата: учебное пособие [Текст] / Н.И. Ильина, Е.А. Мещеряков, Н.В. Алексенко, Н.А. Бурмистрова – Омск: Образование информ, 2016. – 171 с.

3. Катышев, П.К., Пересецкий, А.А. Задачи с решениями по вероятности и статистике для экономистов [Текст]: в 2 ч./ П.К. Катышев, А.А. Пересецкий; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

4. Кремер, Н.Ш. Теория вероятностей и математическая статистика: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям [Текст] / Н.Ш. Кремер – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 551 с.

УДК 004.75

Рассказова А.Ю., Асланян Р.Р.

Омский государственный технический университет (Омск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

***Аннотация.** В статье рассмотрены понятия облачных технологий и облачных сервисов; выявлено значение «облачной» модели в современном мире; выявлены проблемы информационных технологий и пути их решения. Целью работы является сравнение российского и зарубежного опыта в области использования облачных технологий и облачных сервисов в государственном управлении и в частных компаниях. В ходе проведённой работы были выявлены положительные и отрицательные стороны использования облачных технологий и облачных сервисов и даны предложения по решению выявленных проблем.*

***Ключевые слова:** облачные технологии, облачные сервисы, облачные вычисления.*

Rasskazova A.Yu., Aslanyan R.R.

Omsk State Technical University (Omsk)

THE USE OF CLOUD TECHNOLOGIES AND CLOUD SERVICE IN GOVERNMENTAL AND COMMERCIAL ORGANIZATIONS: PROBLEMS AND SOLUTIONS

***Abstract.** The article discusses the concepts of cloud technologies and cloud services; revealed the value of the «cloud» model in the modern world; problems of information technologies and ways of their decision are revealed. The purpose of the work is to compare Russian and foreign experience in the use of cloud technologies and cloud services in public administration and in private companies. In the course of this work, all the positive and negative aspects of using cloud technologies and cloud services were identified and specific results were given to solve all the problems posed.*

***Keywords:** cloud technologies, cloud services, cloud computing.*

Актуальность статьи обусловлена тем, что в современном мире почти каждый человек является пользователем сети Интернет. Для того, чтобы обезопасить хранение своих документов, пользователям необходимо использование облачных технологий и облачных сервисов.

Облачные технологии обеспечивают быстрый доступ к разным ИТ-ресурсам и существенно сокращают затраты до уровня, который соответствует фактическому потреблению ресурсов. Чтобы увеличить выручку и оперативно реагировать на изменения рынка, организациям необходимо перейти на облачную инфраструктуру, что позволит быстрее запускать проекты и использовать новые возможности. При этом ИТ-служба начинает играть стратегическую роль и перестает быть центром затрат [3, с. 54].

Облако – это возможность всегда рассчитывать на безопасный и гарантированный доступ к своей информации. Облачные технологии и облачные сервисы экономичны, мобильны и доступны, что делает их универсальным средством для хранения информации пользователями. Также они арендные, т.е. пользователь платит за количество приобретенных функций; гибкие – ресурсы могут предоставляться провайдером автоматически; надежные и высокотехнологичные [2].

В России реализуется целый ряд совместных российско-германских проектов с использованием цифровых технологий. В частности, созданы цифровые энергетические системы, в том числе с использованием технологий «умных сетей» (Smart Grid), внедрена концепция «цифровое предприятие» в бизнес-процессы российских предприятий [10].

В настоящее время в центрах обработки данных размещены сотни тысяч серверов, обеспечивающих работу вычислительных облаков [9, с. 17].

Службы облачных вычислений могут работать по-разному. Но при этом все облачные службы позволяют анализировать данные, восстанавливать и резервно копировать данные, создавать новые приложения, собирать и тестировать приложения, внедрять средства аналитики и доставлять программное обеспечение по запросу.

260 миллиардов долларов в 2017 году составляет объем мирового рынка облачных вычислений. В России рынок облачных услуг сравнительно небольшой, его объем находится в пределах 25–30 миллиардов рублей [4].

В настоящее время большая часть исследовательской работы направлена на повышение надежности облачных сервисов или сокращение потребления энергии в одностороннем порядке [13, с. 460].

Путем установления требований о защите информации, а также ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации об информационных технологиях, информации и о защите информации осуществляется государственное регулирование отношений в сфере защиты информации [1].

Анализ услуг облачного хранения позволяет выявить их преимущества перед традиционными информационными системами, а также значительные недостатки информационной безопасности, что может привести к нарушению защиты личных данных пользователя, а также к катастрофам различных масштабов. Типы услуг облачного хранения варьируются в зависимости от их характеристик: с компенсацией и некомпенсированные, предназначены для большого объема информации и небольшого объема, который создает поддержку для различных операционных системы и т. д [14, с. 51].

В таблице 1 представлена информация об использовании информационных и коммуникационных технологий в России [11, с. 31].

Таблица 1. Использование информационных и коммуникационных технологий в России

	2012	2013
Удельный вес организаций, использовавших информационные и коммуникационные технологии, процентов	94,0	94,0
Число персональных компьютеров в организациях, тыс. шт.	10807,5	11438,0
Из них имеющих доступ к сети Интернет	6066,5	6764,4
Число персональных компьютеров на 100 работников, шт.	43	44
Из них имеющих доступ к сети Интернет	24	26

Информация, представленная в таблице 1, позволяет сделать вывод, что число компьютеров в организациях значительно возросло. Это связано с тем, что сотрудники тех или иных организаций стали нуждаться в использовании информационных и коммуникационных технологий.

Несмотря на множество плюсов хранения различных документов в сети интернет, есть риски потери данной информации. В наше время большое количество пользователей подвергаются риску потери своих данных и очень часто задаются вопросом: «Где хранить информацию?».

Для того чтобы пользователи не сталкивались с такой ситуацией и было создано «облако». Вся информация, с которой работает пользователь, сохраняется не на его жестком диске, а на удаленном сервере – в этом основное отличие «облачного» программного решения от обычного.

Преимущества «облачной» модели очевидны: все траты на сохранность данных пользователя и функционирование программы ложатся на плечи компании-разработчика. Она же обеспечивает конфиденциальность и защиту информации, разрабатывает алгоритмы для ее шифровки, нанимает и обучает персонал для администрирования серверов. Для «облачного» приложения не имеет значения, где именно Вы решили им воспользоваться. Используете Вы его на работе за офисным компьютером, или дома за личным ноутбуком, или едете в транспорте, работая с программой через мобильное устройство, – все контакты, статистика, важные документы и иные необходимые данные доступны в любой момент [12].

На рисунке 1 представлен график, на котором отображено население, использующее сеть Интернет по полу в России [8, с. 172].

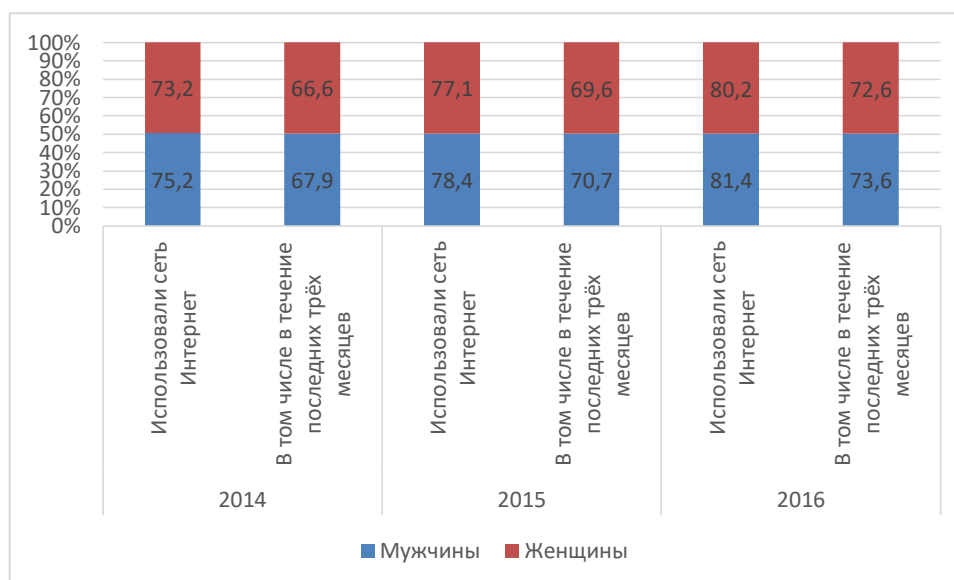


Рисунок 1. Население, использующее сеть Интернет по полу в России

Смотря на рисунок 1, мы можем увидеть, что использование сети Интернет начиная с 2014 и по 2016 годы увеличилось, как среди мужчин, так и среди женщин.

Важными проблемами в сфере информационных технологий являются антропогенные уязвимости, к ним относятся:

- сбой в работе систем связи, водоснабжения, электропитания, кондиционирования (из-за умышленных вредоносных действий);
- отступление (умышленное или непреднамеренное) от прописанных правил эксплуатации;
- удаление информации из-за влияния вредоносного программного обеспечения (компьютерные вирусы) или неквалифицированных действий сотрудников;
- опасность со стороны сотрудников;
- невыполнение обслуживающим персоналом своих прямых обязанностей;
- угрозы от злоумышленников;
- выведение из строя аппаратуры (в результате акта вандализма, террористического акта и т.д.);
- ошибки при переконфигурировании системы (устройство не воспринимает информационную систему и вызванные этим некорректные действия либо небрежность при выполнении переконфигурирования);
- овладение доступом к сетям связи и проведение различных хакерских атак.

Также в сфере информационных технологий существуют проблемы, связанные со стихийными рисками, они представляют собой:

- сбой в работе систем связи, водоснабжения, электропитания, кондиционирования (из-за стихийных бедствий);
- выведение из строя аппаратуры (ураганы, протечки, пожары и другие стихийные бедствия);
- повреждение и разрушение зданий, где находилась информация (из-за стихийных бедствий);
- исчезновение важных документов.

Решить эти проблемы мы можем с помощью внедрения облачных технологий и облачных сервисов, чтобы обеспечить информационную безопасность пользователям сети Интернет, а также обезопасить сайты.

Для того, чтобы поддержать оптимальную работу пользователей, разработаны правила передачи приложений в непосредственную область работы. Также реализована автоматизация работы пользователей, особенно в рискованных ситуациях, например, переход на резервные ресурсы при условии выхода из строя основных ресурсов.

Значительны перспективы проактивного управления пользователями, анализ характера их работы, выявление и устранение угроз еще до того момента, как сами пользователи их распознали.

На программно-техническом уровне в качестве мер по обеспечению информационной безопасности могут функционировать такие механизмы безопасности, как:

- криптография;
- идентификация и проверка подлинности пользователей;
- контроль над доступом к информации;
- физическая безопасность [7, с. 116–118].

Количество пользователей облачными технологиями и сервисами в том или ином регионе зависит прежде всего от емкости рынка, то есть от количества платежеспособных предприятий [5].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что облачные технологии и облачные сервисы – это одни из важнейших направлений информационных технологий, которые позволяют пользователям сети Интернет не только хранить различного рода информацию, но и обезопасить себя и свои данные в том числе [6, с. 74].

Список используемых источников:

1. Федеральный закон от 27.07.2006 г. №149-ФЗ (ред. от 18.12.2018) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
2. Белов, С. В зоне доступа [Текст] / С. Белов // Российская газета. – 2017. – 21 марта. – № 7225 (59).
3. Гордюшин, А. В. Облачные технологии. Технология создания «облака» [Текст] / А. В. Гордюшин, С. В. Лебедева // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. – 2017. – С. 53–57.
4. Горова, Н. Облачное будущее [Текст] / Н. Горова // Коммерсант. – 2018. – 27 апреля. – Прил. № 74.
5. Дубичева, К. Бизнес уходит в небо [Текст] / К. Дубичева // Российская газета. – 2018. – 21 июня. – № 7597 (134).
6. Заика, Д. В. Проблемы обеспечения информационной безопасности в ИС, использующих облачные среды для хранения информации [Текст] / Д. В. Заика, О. О. Бутова // Современная студенческая наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. статей по Материалам V Междунар. студ. науч.-практич. конф., 29–30 марта 2018 г. – Ставрополь: Издательско-информационный центр «Фабула», 2018. – С. 74–80.

7. Зайцева, И. В. О внедрении информационных технологий в налоговых органах России: проблемах хранения данных и защите информации [Текст] / И. В. Зайцева, Т. В. Черкова, Н. В. Ермишкина // Вопросы науки. – 2015. – Т.3. – С. 116–120.
8. Лайкам, К. Э. Информационное общество в Российской Федерации: статистический сборник [Текст] / К. Э. Лайкам [и др.] // Росстат, нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2017. – 328 с.
9. Лютов, Н. Л. Защита персональных данных: международные стандарты и внутреннее российское законодательство [Текст] / Н. Л. Лютов // Трудовое право. – 2016. – No 8. – С. 15–32.
10. Мамонова, Е. Строим цифровые мосты [Текст] / Е. Мамонова // Российская газета. – 2018. – 23 мая. – No 7573 (110).
11. Суринов, А. Е. Россия. Статистический справочник: статистический сборник [Текст] / А. Е. Суринов [и др.] // Росстат. – М.: Федеральная служба государственной статистики, 2015. – 62 с.
12. Глонассова, А. История развития облачных технологий. От Amazon до Wialon [Электронный ресурс] / А. Глонассова. – Режим доступа: <https://blog.gurtam.com/2011/10/history-of-cloud-computing-from-amazon-to-wialon/>, свободный.
13. Dan, L. A cloud service adaptive framework based on reliable resource allocation / L. Dan, S. Xin, L. Li, J. Zhengang // – Future Generation Computer Systems, 2018. – No. 89. – С. 455–463.
14. Troshina, S. M. Analysis of the methods and technologies of information security in cloud server / S. M. Troshina, S. D. Lukyanenko // – Вектимология, 2016. – No 4(10). – С. 51–57.

СЕКЦИЯ 10. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА

УДК 347.453.1

Акылбекова, А. М., Касырова А.Ж.
Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ФСБУ 25/2018: НОВЫЕ ПРАВИЛА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА АРЕНДЫ

Аннотация. Статья посвящена новому Федеральному стандарту бухгалтерского учета 25. В ней раскрываются основные новации по ведению учета аренды.

Ключевые слова: аренда, бухгалтерский учет, договор, ФСБУ 25/2018.

Akyzbekova A. M., Kasyrova A.Zh.
Financial University (Omsk)

FEDERAL ACCOUNTING STANDARD 25/2018: NEW ACCOUNTING RULES LEASE

Abstract. The article is devoted to the new Federal accounting standard 25/2018. It reveals the main innovations in the maintenance of lease accounting.

Key words: rent, accounting, contract, Federal accounting standard 25/2018.

Приказом Минфина России от 16 октября 2018 года N 208н утвержден Федеральный стандарт бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 "Бухгалтерский учет аренды" (далее – ФСБУ, Стандарт) - новый документ, устанавливающий правила формирования в бухгалтерском учёте организаций информации об объектах бухгалтерского учёта при получении (предоставлении) за плату во временное пользование имущества и порядок раскрытия указанной информации в бухгалтерской (финансовой) отчётности.

В учете при применении ФСБУ 25/2018 "Бухгалтерский учет аренды" имеют место следующие новшества:

1. Исключение зависимости порядка бухгалтерского учета объектов у одной стороны договора аренды от порядка учета у другой стороны этого же договора.

2. Введение нового понятия "объект учета аренды". ФСБУ 25/2018 установлены критерии, соответствие которым определяет объект учета аренды. Объекты бухгалтерского учета, не отвечающие этим критериям, учитываются по правилам других федеральных стандартов бухгалтерского учета. Идентификация объектов учета аренды производится на раннюю из двух дат: дату предоставления предмета аренды или дату заключения договора аренды.

3. Отражение арендатором в бухгалтерском учете права пользования активом и обязательством по аренде. Право пользования активом оценивается по фактической стоимости и амортизируется (за исключением случаев, когда схожие по характеру использования активы не амортизируются). Обязательство по аренде представляет собой кредиторскую задолженность по уплате арендных платежей в будущем и оценивается как суммарная приведенная стоимость этих платежей на дату оценки.

4. Возможность применение арендатором упрощенного порядка учета договоров аренды. Такой порядок допустим в отношении краткосрочной аренды и аренды малоценных объектов.

5. Подразделение арендодателем аренды на финансовую и операционную. Аренда считается финансовой, если к арендатору переходят экономические выгоды и риски, обусловленные правом собственности арендодателя на предмет аренды. Если такие выгоды и риски не переходят к арендатору, аренда рассматривается в качестве операционной. Учет финансовой аренды предполагает признание в качестве актива чистой инвестиции в аренду; доходы при этом признаются в виде процентных начислений по этой инвестиции. В бухгалтерском учете операционной аренды доход по арендным платежам признается в прибылях и убытках равномерно или

на основе иного систематического подхода, отражающего характер использования арендатором экономических выгод от предмета аренды.

6. Установление требований к раскрытию информации в бухгалтерской отчетности арендатора и арендодателя.

Правила, установленные в ФСБУ, будут применяться сторонами договоров аренды (субаренды), а также иных договоров, положения которых по отдельности или во взаимосвязи предусматривают предоставление арендодателем, лизингодателем, правообладателем, иным лицом за плату арендатору, лизингополучателю, пользователю, иному лицу имущества во временное пользование.

Стороны договора лизинга могут использовать стандарт независимо от условия договора о том, на чьем балансе учитывается имущество.

Организации госсектора данный стандарт не применяют — это первый утверждённый федеральный стандарт бухгалтерского учета для негосударственного сектора.

До вступления в силу ФСБУ 25 «Бухгалтерский учет аренды» практика бухгалтерского учета арендных отношений в Российской Федерации была многообразна и существенно отличалась от требований, установленных новым ФСБУ. Как правило, порядок бухгалтерского учета определялся непосредственно сторонами договора путем включения в него положений о балансодержателе предмета аренды (лизинга). При этом в большей части случаев балансодержателем назначался арендодатель. В результате у организаций-арендаторов предметы аренды в основном не отражались в качестве права пользования активом, или в качестве какого-либо другого актива. Вопрос оценки этих активов, следовательно, не был актуален. У организаций-арендодателей иначе оценивались доходные вложения в материальные ценности и права требования к арендаторам. Даже в случае отражения предмета аренды на балансе арендатора его стоимость часто определялась исходя из номинальной, а не дисконтированной стоимости арендных платежей, и таким же образом определялась сумма задолженности по аренде.

Новый ФСБУ 25 кардинально изменил подходы к бухгалтерскому учету аренды, что требует существенного изменения учетной политики каждого экономического субъекта применительно к договорам аренды.

В этой связи возникают вопросы на дату перехода на новый стандарт:

- 1) какие договоры должны быть учтены при первом применении ФСБУ;
- 2) какие активы и обязательства должны быть признаны у каждой из сторон договора;
- 3) в какой оценке должны быть отражены вновь признанные активы и обязательства;
- 4) как должна быть откорректирована стоимость ранее признанных активов и обязательств;
- 5) каким образом должны быть изменены сравнительные показатели за предшествующий период?

1. С целью начала применения Стандарта организация должна выделить в своей деятельности договоры, в отношении которых потребуется применение Стандарта. При этом следует принимать во внимание приоритет экономического содержания условий договора над его юридической формой. Так, договор, имеющий в названии и в тексте слова «аренда» или «лизинг», не всегда по существу определяет своими условиями реальные арендные отношения. И наоборот, договор, не являющийся по форме арендным, может по существу определять своими условиями реальные арендные отношения. Для выявления наличия в условиях договора по существу арендных отношений следует проверить соблюдение условий классификации объектов учета аренды, установленных пунктом 5 Стандарта. В случае недостаточности этих условий или неоднозначности их применения к конкретному договору целесообразно использовать также порядок оценки, является ли договор в целом или его отдельные компоненты договором аренды, установленный МСФО (IFRS) 16 «Аренда».

Организация принимает решение о применении либо неприменении ею Стандарта в отношении договоров, исполнение которых истечет до конца отчетного года, начиная с которого она решила применять Стандарт. В случае принятия решения о неприменении Стандарта в отношении таких договоров каких-либо переходных процедур не потребуется. В частности, организация в части таких договоров может не признавать какие-либо активы и обязательства и не

пересчитывать балансовую стоимость ранее признанных активов и обязательств на дату начала применения Стандарта и на дату начала предшествующего года, а также не корректировать какие-либо показатели отчета о финансовых результатах как за отчетный, так и за предшествующий год.

Арендатор принимает решение о применении либо неприменении им упрощенного порядка учета, предусмотренного пунктом 11 Стандарта. Такой порядок предусмотрен для всех арендаторов в отношении договоров краткосрочной аренды и (или) аренды имущества низкой стоимости, а для арендаторов, имеющих право на применение упрощенных способов бухгалтерского учета, – в отношении любых договоров. Указанный порядок учета применяется при соблюдении условий, установленных в пункте 12 Стандарта. Арендатор выделяет договоры, в отношении которых им принято решение применения упрощенного порядка учета. Арендатору не потребуется применение каких-либо переходных процедур в отношении таких договоров в связи с началом применения Стандарта, за исключением маловероятных случаев, когда арендатор до применения Стандарта применял в отношении таких договоров специфические не распространенные на практике способы учета.

Из числа договоров, в отношении которых требуется применение Стандарта, арендодатель выделяет договоры операционной аренды. При этом используются условия классификации, установленные пунктами 26 – 29 Стандарта. В случае недостаточности этих условий или неоднозначности их применения к конкретному договору целесообразно использовать также порядок классификации аренды согласно МСФО 16 «Аренда». Арендодателю не потребуется применение каких-либо переходных процедур в отношении договоров операционной аренды в связи с началом применения Стандарта, за исключением маловероятных случаев, когда арендодатель до применения Стандарта применял в отношении договоров операционной аренды специфические не распространенные на практике способы учета (например, учет предмета операционной аренды на балансе арендатора).

2. Арендатор принимает решение о применении либо неприменении им упрощенного порядка признания и оценки права пользования активом и обязательства по аренде в отношении договоров, действующих на дату начала применения Стандарта. В случае принятия решения о применении указанного порядка арендатор признает одновременно на дату начала применения Стандарта право пользования активом и обязательство по аренде. При этом право пользования активом принимается равным его справедливой стоимости, а обязательство по аренде – приведенной стоимости остающихся не уплаченными арендных платежей, дисконтированных по ставке, по которой арендатор привлекал или мог бы привлечь заемные средства на сопоставимых с договором аренды условиях на дату начала применения Стандарта. Если исходя из условий договора переход права собственности на предмет договора в конце аренды не предполагается, то арендатор использует опровержимую презумпцию о равенстве балансовых стоимостей обязательства по аренде и права пользования активом на дату начала применения Стандарта. Если исходя из условий договора предполагается получение арендатором права собственности на предмет договора в конце аренды, то в качестве справедливой стоимости права пользования активом арендатор принимает справедливую стоимость предмета аренды на дату начала применения Стандарта. Если до применения стандарта предмет аренды учитывался на балансе арендатора, то вместо признания актива и обязательства арендатор делает соответствующую корректировку их стоимостей. Любые разницы, возникающие в связи с осуществлением изложенных выше процедур, относятся на нераспределенную прибыль. Учет права пользования активом и обязательства по аренде в течение отчетного года, начиная с которого применяется Стандарт, осуществляется в порядке, предусмотренном Стандартом. При этом ретроспективное влияние на какие-либо другие объекты бухгалтерского учета не признается, сравнительные данные за предшествующий год не пересчитываются.

3. Если иное не указано в пунктах 3 – 7 настоящей Рекомендации, организация применяет Стандарт ретроспективно. Для этого на дату начала применения Стандарта балансовая стоимость всех активов и обязательств, затрагиваемых положениями Стандарта, корректируется (с учетом признания новых объектов и списания ранее признанных объектов) до той стоимости,

которая должна была бы сформироваться в бухгалтерском учете на указанную дату, если бы Стандарт применялся всегда. Итоговая разница относится на нераспределенную прибыль. Дальнейший учет всех объектов, в том числе в течение отчетного года, начиная с которого применяется Стандарт, осуществляется в порядке, предусмотренном Стандартом.

4. При составлении бухгалтерской отчетности за год, начиная с которого применяется Стандарт, помимо вышеизложенного также корректируются соответствующим образом (без осуществления бухгалтерских проводок) показатели бухгалтерского баланса по состоянию на начало предшествующего года, а также показатели финансовых результатов за предшествующий год.

5. Пересчет данных бухгалтерского учета, изложенный в пункте 8 настоящей Рекомендации, может не потребоваться (помимо случаев, указанных в пунктах 2 – 7 настоящей Рекомендации) также в случае, если до начала применения Стандарта предмет аренды учитывался на балансе арендатора, и при этом порядок учета актива (касается только арендатора) и задолженности по арендным платежам (касается обеих сторон) соответствовал с учетом существенности порядку учета аналогичных объектов, предусмотренному Стандартом.

Последствия изменения учетной политики организации в связи с началом применения ФСБУ 25/2018 отражаются ретроспективно, т.е. как если бы этот стандарт применялся с момента возникновения затрагиваемых им фактов хозяйственной жизни. Однако для ряда случаев предусмотрены исключения из этого порядка, облегчающие переход на новый порядок учета. В частности:

в отношении договоров аренды, исполнение которых истекает до конца года, начиная с отчетности за который применяется ФСБУ 25/2018, организация может не применять этот стандарт;

организации, которые вправе применять упрощенные способы учета, имеют возможность применять ФСБУ 25/2018 только в отношении договоров, исполнение которых начинается с 1 января 2022 г.;

арендатор вправе признать по каждому договору одновременно на конец года, предшествующего году, начиная с которого применяется ФСБУ 25/2018, право пользования активом и обязательство по аренде с отнесением разницы на нераспределенную прибыль.

Организация принимает решение, с какого года начать применять ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды». Организация может принять решение о применении Стандарта, начиная с отчетности за 2018, 2019, 2020, 2021 или 2022 год. При принятии такого решения организация должна определить порядок первого применения Стандарта и раскрыть его в пояснениях к отчетности.

Список используемых источников:

1. Информационное сообщение Минфина России от 25.01.2019 N ИС-учет-15 О Федеральном стандарте бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 "Бухгалтерский учет аренды"// СПС КонсультантПлюс

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 16 "Аренда" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 11.06.2016 N 111н) // СПС КонсультантПлюс

3. Приказ Минфина России от 16.10.2018 N 208н "Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 "Бухгалтерский учет аренды" (вместе с "ФСБУ 25/2018...") (Зарегистрировано в Минюсте России 25.12.2018 N 53162) // СПС КонсультантПлюс

4. Федеральный стандарт бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 "Бухгалтерский учет аренды" (Утвержден приказом Министерства финансов Российской Федерации от 16.10.2018 N 208н) // СПС КонсультантПлюс

УЧЕТ ОПЕРАЦИЙ С ДАВАЛЬЧЕСКИМ СЫРЬЕМ

***Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы, связанные с учетом операций с давальческим сырьем, порядок оформления таких операций, а также проблемы и перспективы заключения договоров на переработку давальческого сырья.*

***Ключевые слова:** давальческое сырье, давалец, переработчик, операции с давальческим сырьем, переработка давальческого сырья, проблемы операций с давальческим сырьем.*

Bazil A.S., Kuzmenko P.Ye.
Financial University (Omsk)

ACCOUNTING OF TOLLING OPERATIONS

***Abstract.** In article there are considered the questions connected to accounting operations with raw materials supplied by the customer, an order of registration of such operations, and also problems and the prospects of signing of the tolling contracts are regarded.*

***Keywords:** tolling, raw material supplier, processor, tolling operations, processing raw materials, problems with tolling.*

Минимизация затрат на производство товаров, работ и услуг является одной из основных целей предприятия. В современном мире всё большее количество компаний стремится оптимизировать расходы, направленные на производственную деятельность, и одним из наиболее популярных методов является передача сырья для последующей переработки на давальческой основе.

Если у компании существуют трудности, связанные с нехваткой производственных мощностей, времени, денежных средств, то она может передать собственные материалы другой организации-подрядчику с целью получения из них готовой продукции. Таким образом, давальческое сырье (материалы) — это материалы, принятые организацией от заказчика для переработки (обработки), выполнения иных работ или изготовления продукции без оплаты стоимости принятых материалов и с обязательством полного возвращения переработанных (обработанных) материалов, сдачи выполненных работ и изготовленной продукции. [2, абз.2, п.156] При этом, если иное не предусмотрено договором подряда, собственником готовой продукции является собственник материалов – давалец (заказчик).

На современном российском рынке давальческие операции также занимают одно из лидирующих мест. По экспертным оценкам свыше 50% видов различной промышленной продукции производится из давальческого сырья, а в некоторых отраслях промышленности доля операций с давальческим сырьем может достигать и 100%. Применение таких операций способствует повышению занятости населения, увеличению загрузки основных фондов предприятий, что положительно сказывается на развитии различных отраслей промышленности.

Для переработки сырья на давальческой основе между заказчиком и подрядчиком заключается договор подряда [1, ст. 702]. Этот договор предполагает выполнение подрядчиком работ по изготовлению продукции, а также ремонту или строительству для организации-заказчика из полученных от нее материалов. При этом передаваемые по договору материалы не переходят в собственность подрядчика, и потому не списываются с бухгалтерского учета заказчика. Аналогично, подрядчик не может включать получаемые материалы в состав собственного имущества.

Передача сырья в переработку сторонней организации оформляется приемо-передаточным актом, обязательные условия которого содержатся в 37 главе Гражданского Кодекса РФ. Помимо этого, необходимо заполнить накладную на отпуск материалов на сторону по форме №

М-15, которая утверждена постановлением Госкомстата России от 30.10.97 №71а. В накладной необходимо указать количество переданных в переработку материалов и их учетную стоимость по данным заказчика-давальца, она должна быть выписана в не менее чем двух экземплярах. После выполнения работ и передачи готовой продукции давальцу подписывают акт о приемке выполненных работ. Вместе с ним подрядчик, если он является плательщиком НДС, передает давальцу счет-фактуру, в 5 графе которого указывается стоимость работ. Кроме того, по окончании работ подрядчик должен предоставить давальцу отчет об использовании материалов. [3, с.20]

У заказчика переданные в переработку материалы продолжают числиться на счете 10 «Материалы», но переводятся на субсчет «Материалы, переданные в переработку на сторону» [2, абз.2], а у подрядчика учитываются на забалансовом счете 003 «Материалы, принятые в переработку». Учет операций у давальца (заказчика) также находится в зависимости и от условий договора по переработке давальческого сырья. Данные условия подразумевают следующие варианты: 1) доработка материалов; 2) передача сырья для получения готовой продукции; 3) передача готовой продукции для переработки и получения другой готовой продукции.

В Инструкции по применению Плана счетов указано, что на субсчете 10.7 «Материалы, переданные в переработку на сторону» учитывается движение материалов, переданных в переработку на сторону, стоимость которых в последующем включается в затраты на производство полученных из них изделий. Про счет 003 «Материалы, принятые в переработку» сказано, что на нем обобщается информация о наличии и движении сырья и материалов заказчика, принятых в переработку (давальческое сырье), не оплачиваемых организацией-изготовителем. Учет затрат по переработке или доработке сырья и материалов ведется на счетах учета затрат на производство, отражающих связанные с этим затраты. Учет у переработчика, как правило, ведется в количественном и стоимостном выражении по ценам, которые предусмотрены в договоре на передачу сырья. Сырье и материалы заказчика, принятые в переработку, учитываются на счете 003. Аналитический учет по счету 003 ведется по заказчикам, видам, сортам сырья и материалов и местам их нахождения.

Если в процессе переработки появляются отходы, то условиями договора может быть определено, что отходы или возвращаются давальцу, или остаются у переработчика. В последнем случае, отходы производства продукции в учете организации-давальца не отражаются. [5, с. 295] Учет операций с давальческим сырьем удобно рассмотреть на конкретном примере.

Пример. В 2018 г. ООО «Альфа» заключило договор с ООО «Бета» на изготовление в январе-феврале 2019 г. 100 единиц продукции из давальческих материалов. Согласно технологическим нормам, на изготовление одной единицы продукции необходимо 50 единиц материала. Стоимость работ по производству продукции из давальческих материалов установлена в размере 2 500 руб. на единицу (без учета НДС). В декабре 2018 г. ООО «Альфа» (давальец) передало ООО «Бета» (переработчик) 5 500 единиц материала стоимостью 2 000 руб./ед. В феврале 2019 г. ООО «Бета» произвело 100 единиц продукции, затраты на которые составили 1 700 руб./ед. Был подписан акт приема-передачи.

В общем случае, когда стороны, заключившие договор подряда, не имеют друг к другу никаких претензий, для бухгалтерского учета операций с давальческим сырьем осуществляют проводки, представленные в таблице в Приложении 1.

На практике могут возникать различные внештатные ситуации. Например, подрядчик по каким-либо причинам потратил намного больше сырья (материалов) на производство, чем это было предусмотрено технологическими нормами. Также при учете операций с давальческим сырьем могут возникать сложности с отдельным ведением учета производства готовой продукции из собственного и давальческого сырья, т.е. так как в плане счетов не предусмотрены счета для учета незавершенного производства из сырья давальца, и собственное и давальческое сырье нередко перерабатываются совместно, выпущенную готовую продукцию чаще всего невозможно отделить. Поэтому распределение произведенной продукции на собственную и давальческую осуществляется на основе норм расхода сырья. Если учет будет организован

недостаточно хорошо, то на конец отчетного периода у организации-переработчика может возникнуть отрицательное сальдо по счету 43 «Готовая продукция». Это происходит из-за продажи готовой продукции из сырья давальца своим контрагентам. [4, с.92-93]

Другой проблемой операций с давальческим сырьем является то, что в этом случае предприятие-подрядчик может лишь компенсировать свои текущие расходы, большая часть прибыли перейдет заказчику. Не способствует развитию таких операций и недостатки законодательства в этой области. Присутствует необходимость более четко сформулировать требования к участникам давальческих схем, что должно способствовать более грамотному распределению обязанностей между участниками. [7, с.176]

В целом можно сказать, что совершенствование форм организации производства на основе операций с давальческим сырьем позволит многим организациям в нелегких экономических условиях не только сохранить рабочие места и дополнительно загрузить простаивающие производственные мощности, но и стать одним из факторов развития инновационной экономики. Кроме того, заключение подобных договоров между организациями может быть перспективным направлением оптимизации производственных расходов.

Список используемых источников:

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации» от 30.11.1994 N 51-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».
2. Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 28.12.2001 N 119н (ред. от 24.10.2016) «Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов» // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».
3. Верещагин, С. А. Давальческие материалы [Текст] / С. А. Верещагин // Методология и практика учета. – 2019. – № 2. – С. 20-29.
4. Куджева, А.А. Проблемы бухгалтерского учета давальческого сырья [Текст] / А. А. Куджева // В мире научных открытий. – 2017. – С. 91–93.
5. Сапаров, Б. А. Особенности учета производства продукции из сырья заказчика [Текст] / Б. А. Сапаров, Е. М. Музафарова, Е. А. Бабаева // Вестник современных исследований. – 2018. – № 6.4. – С. 295-297.
6. Ситдикова, Р. Д. Особенности учета операций с давальческим сырьем у организации-переработчика [Текст] / Р. Д. Ситдикова // Инновационное развитие экономики. – 2011. – № 5. – С. 70–73.
7. Тарасова, А. Ю. Толлинг как один из методов развития инновационной экономики в России [Текст] / А. Ю. Тарасова, О. В. Рура // Символ науки. – 2016. – № 3-1. – С. 175–177.
8. Давальческое сырье: бухгалтерский учет [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://glavkniga.ru/situations/k503030>, открытый.

УДК 336

Барт В.Ю.

Омский государственный педагогический университет

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация.** В статье рассматриваются отдельные вопросы финансового анализа. Целью работы является исследование анализа финансовых результатов. В результате проведенного исследования автором сделан вывод о том, что финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности, поэтому непосредственно поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности является одной из ключевых задач для предприятия любой сферы бизнеса.*

Ключевые слова: анализ, финансовый анализ, финансовые результаты, прибыль, рентабельность.

Bart V. Yu.

Omsk state pedagogical University

THE PECULIARITIES OF ANALYSIS OF FINANCIAL PERFORMANCE OF THE ORGANIZATION

Abstract. *The article deals with some issues of financial analysis. The aim of the work is to study the analysis of financial results. As a result of the conducted research, the author concludes that the financial results of the enterprise are characterized by the amount of profit and the level of profitability, so the search for reserves to increase profits and profitability is one of the key tasks for the enterprise of any business sphere.*

Keywords: *analysis, financial analysis, financial results, profit, rent.*

Финансовый анализ представляет собой науку о сфере человеческой деятельности, которая изучает, объясняет и прогнозирует возникновение и развитие тех процессов, которые происходят с финансовыми ресурсами и их источниками. Все это осуществляется посредством проведения оценки финансового состояния предприятия и выявления имеющихся у хозяйствующего субъекта возможностей по совершенствованию им своего функционирования и повышения эффективности управления.

Что касается предмета финансового анализа, то им являются непосредственно финансовые ресурсы предприятия и их различные источники. При этом основную цель финансового анализа будем понимать в необходимости проведения оценки финансового состояния хозяйствующего субъекта, как уже было выше отмечено, с целью выявления реальных возможностей, направленных на повышение эффективности его функционирования.

Информационную базу финансового анализа предприятия составляет основная информация, которая содержится в годовой, полугодовой или же квартальной бухгалтерской отчетности, т.е. балансе предприятия. Кроме того, руководство может использовать и дополнительную информацию, а именно иные формы бухгалтерской и статистической отчетности или же данные управленческого учета [1, с. 118].

На основании такого критерия как субъекты проведения, финансовый анализ можно разделить на два вида, а именно, внешний и внутренний. Что касается внешнего финансового анализа, то его проводят аналитики, которые являются для предприятия посторонними лицами, у которых нет доступа к внутренней информационной базе хозяйствующего субъекта. Именно вследствие указанного, такой анализ и будет не только менее детализированным, но и более формализованным.

Непосредственно самими работниками предприятия проводится внутренний анализ, что обуславливает большую глубину и разнообразие информационной базы. Здесь мы говорим о той информации, которая циркулирует внутри самого предприятия и может иметь определенную полезность для принятия руководством управленческих решений. Таким образом, возможности анализа существенно расширяются. Но в случае, если такой анализ проводится работниками предприятия, неподготовленными к данной работе, то его эффективность будет существенно снижена. Кроме того, внутренний анализ отличает наличие субъективности при проведении оценки.

Далее приведем классификацию методой и приемов финансового анализа [4, с. 48].

1. По степени формализации выделяют:

- формализованные методы: являются основными при проведении финансового анализа предприятия, их отличает объективный характер, основа - строгие аналитические зависимости;
- неформализованные методы: предполагают в процессе использования логических описаний различных аналитических приемов, они уже несколько субъективны - влияние оказывает интуиция, опыт и знания самого аналитика.

2. По применяемому инструментарию выделяют экономические, статистические, а также различные математико-статистические методы и методы оптимального программирования.

Что касается математико-статистических методов, то на сегодняшний день активно применяют следующие из них: корреляционный анализ, регрессионный и факторный анализ. К методам оптимального программирования отнесем системный анализ, а также линейное и нелинейное программирование.

3. По используемым моделям выделяют:

- дескриптивные модели, которые начинаются с построения балансов и прочей финансовой отчетности в различных разрезах, что включает в себя вертикальный и горизонтальный, а также трендовый анализ, позволяющий изучить динамику относительных показателей за какой-либо определенный период времени;

- нормативные модели – их в основном применяют в процессе проведения внутреннего финансового анализа, что позволяет сравнить фактически полученные результаты хозяйственной деятельности предприятия с не только законодательно установленными, но средними по отрасли или же в соответствии с внутренними нормативами самого предприятия. Такая модель предполагает установление различных нормативов по каждому из показателей и последующих анализ обнаруживаемых отклонений фактических данных от нормативных значений.

Задачи, решаемые в рамках анализа [3, с. 102]:

- разработать информационный механизм анализа финансовых результатов, который позволит обеспечить своевременное получение информации для его проведения в различных направлениях и соответствующих уровнях (аспектах и резервах), отличающейся достоверностью и полнотой;

- провести анализ и оценку того уровня прибыли, который был достигнут предприятием как в абсолютных, так и в относительных показателях;

- изучить то влияние, которое оказывают инфляционные процессы в экономике страны и изменения в ее нормативно-законодательных актах в области формирования затрат и финансовых результатах деятельности на финансовые результаты самого предприятия;

- выявить факторы, как внутренних, так и внешних, оказавших ключевое влияние на величину прибыли хозяйствующего субъекта и определение возможных резервов ее повышения;

- проанализировать взаимосвязь следующих показателей: затрат, объема производства и прибыли для того, чтобы в последствие максимизировать величину данной прибыли;

- изучить особенности и направления использования прибыли хозяйствующего субъекта;

- спрогнозировать финансовые результаты и разработать различные мероприятия, способствующие их достижению.

Отметим, что в целом эффективность любой деятельности, осуществляемой предприятием (производственной, финансовой и инвестиционной), выражается в полученных финансовых результатах.

Очевиден тот факт, что каждая организация и предприятие различных форм собственности видят в качестве главной цели своего функционирования получение прибыли от осуществления своей финансово-хозяйственной деятельности. Именно прибыль Л.Н. Чечевицына и К.В. Чечевицын называют тем показателем, по которому можно в полной мере судить об эффективности организации производства, об объемах и качестве произведенной продукции, а также о том, в каком состоянии находится производительности труда на предприятии и каков уровень себестоимости [5, с. 13].

Мы согласны с В.Г. Артеменко и В.В. Остаповой в том, что при проведении анализа финансового состояния предприятия важной частью является изучение финансовых результатов его деятельности, так как это непосредственно заслуга самого хозяйствующего субъекта. Здесь получение прибыли свидетельствует о правильности постановки целей и задач в соответствии с учетом воздействия внешних факторов и внутренних потенциалов.

Таким образом, для повышения уровня конкурентоспособности и успешного существования на рынке важно при принятии управленческих решений давать их полное экономическое

обоснование, опираясь на результаты анализа основных показателей работы предприятия. Указанное обуславливает внимание многих авторов, выделяющих в качестве предмета исследования конечный финансовый результат деятельности предприятия. Главным объектом для проведения анализа финансовых результатов кончено же является сама прибыль предприятия. Особенность изучения финансовых результатов заключается в том, что полученные от реализации иного имущества предприятия такие результаты могут носить как положительный, так и отрицательный характер. Все это обусловлено составом, а также непосредственно продажной ценой данных активов. При этом, если мы будем говорить о материальных активах, то здесь следует исходить не столько из возможности получения для хозяйствующего субъекта самой прибыли, сколько из наличия различных запасов, которые из-за изменения таких факторов, как экономическая конъюнктура, ассортимент выпускаемой продукции и прочие оказались ненужными предприятию, или же они по своей величине значительно превышают уровень, который является достаточным для запланированного выпуска всего объема продукции.

Исходя из той роли, которую прибыль играет в развитии хозяйствующего субъекта и определена необходимость непрерывного управления ею для достижения целей роста хозяйственной деятельности предприятия. При этом самоуправление прибылью следует рассматривать как процесс, в результате которого происходит выработка и принятие руководством управленческих решений по всем ключевым аспектам ее планирования, формирования, а также распределения и использования. Все принятые здесь решения взаимосвязаны друг с другом и оказывают непосредственное влияние на конечные результаты деятельности предприятия. В связи с этим важно относиться с должным вниманием к подготовке каждого такого управленческого решения. Поэтому следует строить такую систему управления прибылью, которая будет динамичной, способной учитывать все изменения факторов внешней среды, а также ресурсного потенциала предприятия и пр. с опорой на стратегические и тактические цели предприятия.

Список используемых источников:

1. Завьялова, З.М., Выголова, И.Н. Формирование финансовых результатов предприятия [Текст] / З.М. Завьялова, И.Н. Выголова // Известия ОГАУ. – 2016. – №21. – С. 118–121.
2. Бывшев, В. А. Эконометрика [Текст] / В.А. Бывшев. – М.: финансы и статистика, 2014. – 480 с.
3. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия. Учебник [Текст] / Л.В. Прыкина. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 256 с.
4. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник [Текст] / Г. В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2016. – 647 с.
5. Вагазова, Г.Р., Лукьянова, Е.С. Сущность финансовых результатов деятельности предприятия [Текст] / Г.Р. Вагазова, Е.С. Лукьянова // Молодой ученый. – 2015. – №11.3. – С. 13–15.

УДК 336.221

Горбунова Д.В.

Омский государственный университет путей сообщения, Омск

ВЛИЯНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ВЫБОР СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация. В статье рассматриваются основные системы налогообложения, действующие в России на сегодняшний момент. Цель работы заключается в том, чтобы описать основную методику расчета уровня налоговой нагрузки на налогоплательщика и определить, как система налогообложения может влиять на ведение бухгалтерского учета в малом бизнесе. Автор статьи пришел к выводу, что в малом бизнесе универсальной оптимальной системы налогообложения нет, т.к. все зависит от вида деятельности предпринимателя.

Ключевые слова: система налогообложения, малый бизнес, бухгалтерский учет, уровень налоговой нагрузки.

INFLUENCE OF TAXATION ON THE CHOICE OF ACCOUNTING SYSTEM AT SMALL ENTERPRISES

Abstract. *The article discusses the main tax systems in force in Russia today. The purpose of the work is to describe the main method of calculating the tax burden on the taxpayer and determine how the tax system can influence the accounting in small business. The author of the article came to the conclusion that there is no universal optimal tax system in small business, since It all depends on the type of activity of the entrepreneur.*

Keywords: *tax system, small business, accounting, tax burden level.*

В настоящее время современная экономика характеризуется тем, что объем налоговых платежей достигает большей части от всех финансовых средств компаний. В таких условиях весьма актуальным и полезным стоит не только знать о всех предстоящих налоговых платежах, но и уметь оптимизировать их как на уровне бюджета, так и на уровне внебюджетных фондов.

В связи с такой актуальной темой сегодня сформировались такие направления налоговой политики, которые оптимизируют сам процесс налогообложения, планируют налоговые платежи, снижают налоговую нагрузку и т.д. Рост интереса к данной теме обусловлен также тем, что в настоящее время каждое предприятие, чтобы улучшить своё финансовое положение и сократить налоговые обязательства и риска, стараются больше времени уделять легальным методам сокращения уровня налоговой нагрузки и обращаются за консультацией к экспертам в данной области.

Грамотно выбранный налоговый режим и эффективно реализуемая стратегия налогового планирования в качестве главного элемента финансовой структуры предприятия способны не только укрепить позиции компании на рынке, но и способствовать дальнейшему развитию организации.

Малый бизнес в России является достаточно молодой формой организации экономической деятельности. Однако именно его называют «мотором» развития экономики, стимулирование и поддержка которого является одной из важнейших задач государства. Одним из способов реализации этой задачи является применение для субъектов малого предпринимательства специальных налоговых режимов (СНР), призванных снизить налоговую нагрузку на предприятия. Налоговым кодексом РФ закреплено несколько налоговых режимов, основанных на соответствии предприятия установленным законом критериям.

Если субъект малого бизнеса находится на границе установленных цензов и активно развивается, то ему целесообразно применять общий режим налогообложения, что позволяет снижать затраты труда на оформление переходов в иные режимы и обратно, а также обеспечивает преемственность и последовательность данных налогового учета.

В России в 2019 году налогоплательщики могут применять 5 основные системы налогообложения, которые представлены на рисунке 1.

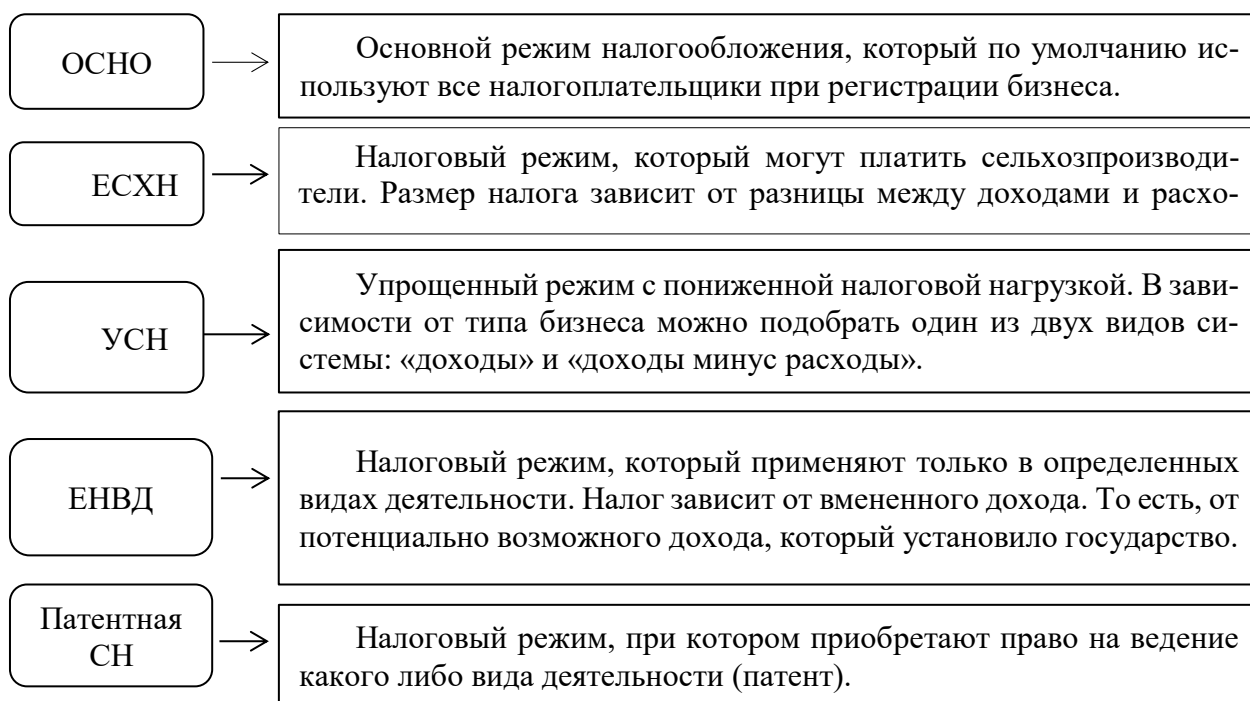


Рисунок 1. Основные системы налогообложения России в 2019 году [2, с. 35]

Когда компания, относящаяся к малому бизнесу, начиная свою деятельность, принимает решение о выборе режима налогообложения, тогда ей необходимо для начала провести небольшой анализ, в ходе которого нужно будет сравнить уровень налоговой нагрузки при общей системе налогообложения и уровень «налогового бремени» при специальном режиме налогообложения. Чтобы малый бизнес грамотно оптимизировал свою деятельность, законодатели разрешили совмещать несколько систем налогообложения. Например, удобно делить режимы по разным видам деятельности. Более того, ограничений по количеству нет. Однако, не все режимы можно сочетать между собой. Перед тем как выбирать дополнительный режим, нужно изучить возможность их объединения.

Здесь стоит отметить, что особое внимание при выборе наиболее оптимального режима налогообложения необходимо уделить на то, как будет учитываться НДС и как он будет влиять на взаимоотношения с контрагентами.

При условии, что малое предприятие отвечает всем критериям перехода на СНР, то этим необходимо воспользоваться. Данный переход дает компании возможность воспользоваться налоговыми льготами: не платить либо сократить размер налога на прибыль, сократить размер налога на имущество и НДС, заменив их на единый налог, который имеет уменьшенную ставку.

Характерные черты бухгалтерского учета в малом бизнесе можно выделить следующие: на государственном уровне было упрощено ведение бухгалтерского учета, за исключением ведения учета основных средств и нематериальных активов. Малый бизнес организует свою бухгалтерию согласно единым методологическим основами и правилами, которые установлены ФЗ «О бухгалтерском учете», Положением о бухгалтерском учете и отчетности в Российской Федерации, положениями (стандартами) по бухгалтерскому учету (ПБУ), Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, а также согласно типовым рекомендациям соответствующих органов. Также государство дает возможность использовать упрощенные системы налогообложения.

В большинстве своем субъектами малого бизнеса используются в бухгалтерском учёте не все счета, а только, которые характерны для того вида деятельности, каким они занимаются.

Предприятиям малого бизнеса в процессе ведения бухгалтерии нужно учитывать некоторые моменты:

1. Ведение бухгалтерского учета должно происходить в том объёме, который даёт возможность вывести остатки по счетам и составить грамотную бухгалтерскую отчетность, а также предоставить руководству всю необходимую информацию.

2. Стоит помнить, что любая малая компания может вырасти в крупную, цель которой также будет состоять в том, чтобы не только получить, но и максимизировать прибыль. В связи с этим, ведение бухгалтерского учета требует постоянной точности и сравнения с предыдущими показателями.

Стоит также отметить, что малый бизнес может вести упрощенную бухгалтерскую отчетность, которая формируется в 3-х вариантах (рис.2).

- Формирование отчетности по общим правилам
- Формирование только 2-х основных форм: бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах на основе Федерального Закона № 402-ФЗ
- Формирование упрощенных форм баланса и отчета о финансовых результатах на основе приложения № 5 к приказу № 66н

Рисунок 2. Варианты формирования упрощенной бухгалтерской отчетности малого бизнеса

Различие этих форм от социально приятных показателей укрупнены. Это выражается в том, что актив баланса включается в себя только один раздел, а два, как это установлено в полной форме отчетных документов. Конечным результатом будет выступать бухгалтерский баланс. Пассив также существенно укрупнен: в пассиве имеется один раздел, а не три. Сам показатель лишь шесть плюс итоговый, то есть сам баланс. Если решить заполнять упрощенные формы, можно обнаружить то, что показатели еще более укрупнены. Поэтому почти все строки включают в себя несколько строк из основной формы отчетности. Нужно отметить тот код строки, которому соответствует самый большой удельный вес. Это прописано в пункте 5 приказа № 66н.

Также необходимо отметить, что сдавать бухгалтерскую отчетность надо в налоговую инспекцию и подразделение Росстата по месту нахождения фирмы. Предоставить данную отчетность необходимо не позднее 3 месяцев после окончания отчетного года. Так как 31 марта выпадает, например, на рабочий день, то это и есть самый крайний срок. Представить отчетность в ИФНС и Росстат можно как в электронной форме через Интернет, так и на бумаге в письменной форме. Никаких конкретных требований на данный счет в законодательстве нет.

Предприятия, которые относятся к малому бизнесу, также должны использовать кассовый метод расчета. Преимущества данного метода для малого бизнеса заключается в том, что в этом случае не только ведется бухгалтерский учет, но и автоматически исчисляются налоги.

В заключении стоит еще раз подчеркнуть, что ведение бухгалтерской отчетности в малом бизнесе предполагает большое количество особенностей. Из них можно 4 основных. Первая особенность – это ведение сокращенной системы налогообложения, действующей согласно НК РФ с последними изменениями, внесенными в 2016 году [3]. Вторая особенность – это ведение бухгалтерского учета в полном объеме и на постоянной основе. Третья особенность – это ведение четкой бухгалтерской отчетности способствует развитию малого бизнеса в более крупный. Четвертая особенность – это процесс проверки бухгалтерской отчетности малого бизнеса, который ведется также в упрощенной порядке.

Таким образом, можно сделать вывод, что описанные выше особенности в налогообложении и в ведении бухгалтерского учета делают ведение бухгалтерии в малом бизнесе намного проще и облегчают работу, как главного бухгалтера, так и руководителя малого предприятия.

Список используемых источников:

1. Башкатов, В.В., Данилова, В.В. Выбор оптимального режима налогообложения для субъектов малого бизнеса [Текст] / В.В. Башкатов, В.В. Данилова. – В сборнике: Научные открытия 2016 XII Международная научно-практическая конференция. Научный центр «Олимп». – 2016. – С. 117–122.
2. Гулиян, Г.Б. Оптимальное управление основными фондами малого предприятия за счет собственных средств с учетом изменений в налоговом кодексе российской федерации от 13 июля 2015 [Текст] / Г.Б. Гулиян. – Таврический научный обозреватель. – 2017. – № 4–1. – С. 34–37.
3. Елисеева, О.В. Оптимизация налогообложения предприятий малого бизнеса и ее влияние на финансовый результат [Текст] / О.В. Елисеева. – Фундаментальные исследования. – 2018. – № 11–2. – С. 222–226.
4. Заикина, М.Е., Быкасова, Е.В. Сравнение налоговой нагрузки при разных формах организации малого бизнеса для выбора оптимального способа налогообложения [Текст] / М.Е. Заикина, Е.В. Быкасова. – В книге: Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности (ИНТЕКС-2014) тезисы докладов всероссийской научной студенческой конференции. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный университет дизайна и технологии». – 2014. – С. 128–129.

УДК 657.1

Грабовская А.А.

Омский государственный технический университет (Омск)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ УЧЕТА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ЗАТРАТ

Аннотация. В статье рассматриваются сущность и необходимость учета экологических затрат в коммерческой организации. Автором раскрываются понятие затрат, связанных с природоохранной деятельностью, их виды, варианты организации бухгалтерского учета экозатрат

Ключевые слова: учет, статистический учет, бухгалтерский учет, затраты, экологические затраты, экозатраты, затраты на природоохранную деятельность

Grabovskaya A. A.

Omsk state technical University (Omsk)

THE THEORETICAL FRAMEWORK OF THE STUDY ACCOUNTING OF ENVIRONMENTAL COSTS

Abstract. The article discusses the nature and necessity of taking into account environmental costs in a commercial organization. The author reveals the concept of costs associated with environmental activities, their types, options for the organization of accounting eco-costs

Key words: accounting, statistics, accounting costs, environmental costs, ecostrat, environmental costs

С каждым годом происходит ужесточение национального и международного законодательства в сфере охраны экологической обстановки, развивается методический и организационный инструментарий в области природопользования, появляются новые современные объекты природоохранного назначения, что приводит к росту экологических затрат в коммерческих организациях. По сведениям российского исследователя В.И. Бобошко около 10% операционных

расходов экономических субъектов относится к природоохранным мероприятиям и характеризуется как вложения в окружающую среду [2].

Вопросы экологических затрат и их учета являются весьма актуальными и активно исследуются учеными экономистами: А.К. Васильевым [3], В.Н. Ерохиной [4], О.В. Коваленко [5], Т.Б. Кувалдиной [6], С.В. Козельской [7], А.Э. Мельгуй [8], О.В. Шурыгиной [9] и др. В своих работах авторы выделяют проблемы, существующие на сегодняшний момент в организации и ведении учета затрат на экологию. Например, авторы А.Э. Мельгуй, Л.В. Ермакова, Н.Н. Ковалева, А.Ф. Ковалев пишут, что «на современном этапе развития национальной бухгалтерской системы вопросы экологического учета затрат остаются нерешенными: отсутствует единая классификация затрат в экологическом учете, методики их учета и формирование информации о затратах экологического учета в системе управления экономическим субъектом» [8]. Практически те же проблемы выделяют В.Н. Ерохина, Т.В. Лесина. Ученые говорят об отсутствии единой типологии затрат на экологическую безопасность, несовершенство методического инструментария их учета и, как следствие, вуалирование указанных затрат в общей величине затрат организации [4]. По мнению О.В. Шурыгиной несмотря на большое количество работ, посвященных экологическому учету, теоретические и методические вопросы, связанные с формированием методического инструментария бухгалтерского учета экозатрат (капитального и текущего характера) в коммерческих организациях требуют дальнейшего изучения [9]. Действительно, в настоящее время в системе нормативного регулирования отечественного бухгалтерского учета, не существует специального учетного стандарта, в котором бы был прописан учет экозатрат. Нужно руководствоваться общими правилами вытекающими из ПБУ 10/99 «Расходы организации», Планом счетов бухгалтерского учета и другими федеральными стандартами.

Попытаемся разобраться в понятийном аппарате, а именно в сущности таких понятий, как «экологически затраты» и «природоохранные затраты». Конкретизация этих дефиниций должно привести к устранению их разночтений в разных сферах профессиональной деятельности экономических субъектов и различных массивах экономической информации.

По мнению ученого А.К. Васильева экологические затраты – это совокупность различных видов ресурсов в стоимостном выражении, необходимых в целях функционирования природоохранной деятельности экономического субъекта [3]. Доцент А.С. Алимов в своих научных исследованиях применяет термин «природоохранные затраты». Под природоохранными затратами он понимает общественно нужные расходы на содержание природоохранных объектов, поддержание качества среды жизни и на общее сохранение природно-ресурсного потенциала территорий, обозначая при этом собственно экологические затраты экономического субъекта, дополнительные экологические затраты и затраты специализированных организаций [1]. В целях нашего исследования, под экозатратами будем понимать общую величину ресурсов в денежном выражении, связанную с природоохранными мероприятиями.

Авторы выделяют различные классификационные признаки экологических затрат. Например, В.Н. Ерохина, Т.В. Лесина подразделяют затраты на 11 групп: 1) затраты, связанные с организацией подготовительных работ в экономических субъектах, специализирующихся на добыче полезных ископаемых; 2) затраты, обладающие некапитальными характеристиками, связанные с повышением экологической чистоты выпускаемой продукции; 3) затраты по обслуживанию природоохранного процесса; 4) затраты по организации управленческих мероприятий, связанных с обеспечением экологической безопасности; 5) затраты по профессиональной подготовке и переподготовке персонала в сфере обеспечения экологической безопасности; 6) страховые взносы во внебюджетные фонды по социальному страхованию и обеспечению; 7) амортизация по экологическим основным средствам и нематериальным активам; 8) арендные платежи по имуществу, используемому в целях защиты окружающей среды; 9) затраты по рекламе продукции с повышенными экологическими характеристиками; 10) экологические налоги и сборы; 11) прочие непроизводительные затраты [4].

Экологические затраты являются объектом статистического учета. При этом в нем они получили официальное название «затраты на охрану окружающей среды», т.е. – это общая сумма расходов государства, организаций, учреждений, которые имеют специальное или

опосредствованное природоохранное значение. К ним относятся как целевые капитальные вложения, текущие (эксплуатационные) затраты, затраты на капитальный ремонт, так и операционные бюджетные расходы по содержанию государственных структур, основная деятельность которых сопряжена с охраной окружающей среды (рис. 1).



Рисунок 1. Классификация экозатрат в целях статистического учета

Данные статистики свидетельствуют, что экологические затраты увеличиваются из года в год (табл. 1). В 2017 году их величина достигла 657 024 млн. руб., что 37,11% больше, чем в 2013 году. Они включали в себя прямые инвестиции в основной капитал, текущие расходы, капитальный ремонт основных средств, затраты органов исполнительной власти на содержание аппарата, курирующего вопросы охраны окружающей среды, затраты на научно-исследовательские исследования и разработки, а также затраты на образовательные мероприятия в сфере охраны окружающей среды.

Таблица 1. Экозатраты в фактически действовавших ценах; миллионов рублей)

	2013	2014	2015	2016	2017
Величина затрат на охрану окружающей среды – всего	479 169	559 703	582 128,46	590 865	657 024
в т.ч. по сферам природоохранной деятельности:					
затраты на охрану атмосферного воздуха	93 251	112 412	102 765	102 307	122 458
затраты по очистке сточных вод	204 354	223 439	234 112	235 553	238 459
затраты, связанные с обращением отходов	51 611	60 885	68 482	66 652	79 517
затраты по защите и реабилитации почвы, подземных и поверхностных вод	33 486	36 105	37 952	44 535	33 608
затраты по сохранению биоразнообразия и среды обитания	28 089	34 489	44 593	35 926	42 525
затраты прочие	68 378	92 374	94 224	105 891	140 457
Величина затрат по охране окружающей среды в % к ВВП	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7

В бухгалтерском учете не существует конкретных правил признания экологических затрат. Учеными предлагаются различные варианты учета. Например, С.А. Алимов высказывается учитывать экологических затрат на собирательном счете 35 «Экологические затраты», по субсчетам: 35/1 «Природоресурсные платежи», 35/2 «Экологические платежи за негативное воздействие на окружающую среду в пределах допустимых норм и сверх норм», 35/3 «Природоохранные затраты», 35/4 «Распределение экологических затрат» [1]. Экономист О.В. Шурыгина [9] для учета двух видов экозатрат: капитальных и текущих, рекомендует использовать счета: 08 «Вложения во внеоборотные активы», 20 «Основное производство», 26 «Общехозяйственные расходы», к которым могут открываться субсчета первого, второго, третьего порядка для детализации таких затрат. Для генерализации сведений о штрафных санкциях и платежах по

исковым заявлениям за нарушение природоохранного законодательства автор предлагает применять активно-пассивный счет 91 «Прочие доходы и расходы».

Проведенное исследование позволило сделать вывод, что предлагаемые учеными-экономистами варианты учета текущих и капитальных затрат, сопровождающих природоохранные мероприятия для коммерческих организаций позволяют стандартизировать отражение экозатрат в бухгалтерской отчетности, более полно контролировать деятельность экономических субъектов в сфере экологической безопасности, а также будет способствовать принятию адекватных управленческих решений на базе данных, скорректированных с учетом экологических факторов.

Список используемых источников:

1. Алимов, С.А. Управленческий учет и анализ экологических затрат промышленных предприятий (глава монографии) [Текст] // Интеграция учетно-аналитических и налоговых процессов на микро- и макроуровнях : монография / под общ ред. Л.В. Поповой. – М. : Финпресс, 2010. – 385с.
2. Бобошко, В.И. Принципы экологического управления в экономике малого бизнеса [Текст]. – М.: РЫФИА, НИА-Природа, 2002. – 192 с.
3. Васильев, А.К. Учет экологических затрат предприятия [Текст] / А.К. Васильев // Бухгалтерский учет. – 2007. – № 20. – С. 72-75.
4. Ерохина, В.Н. Экологические затраты, актуальные вопросы учета и анализа [Текст] / В.Н. Ерохина, Т.В. Лесина // Интернет-журнал Науковедение. – 2015. – Т. 7. – № 4 (29). – С. 15.
5. Коваленко, О.В. Учет затрат на экологическую безопасность [Текст] / О.В. Коваленко // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 4. – С. 135-138.
6. Кувалдина, Т.Б. Бухгалтерский учет капитальных и текущих экологических затрат в коммерческих организациях [Текст] / Т.Б. Кувалдина, О.В. Шурыгина // Сибирская финансовая школа. – 2013. – № 2 (97). – С. 67-71.
7. Козельская, С.В. Бухгалтерский учет экологических затрат [Текст] / С.В. Козельская // Вестник Саратовского госагроуниверситета им. Н.И. Вавилова. – 2011. – № 8. –С. 66-69.
8. Мельгуй, А.Э. Актуальные вопросы экологического учета затрат [Текст] / А.Э. Мельгуй, Л.В. Ермакова, Н.Н. Ковалева, А.Ф. Ковалев // Вестник Брянского государственного университета. – 2018. – № 1 (35). – С. 235-242.
9. Шурыгина, О.В. Экологические затраты как экономическая и учетная категории [Текст] / О.В. Шурыгина // Вестник Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. – 2013. – № 4 (32). – С. 171-178.
10. Феофанов, В.А. Экологический учет затрат и его значение [Текст] / В.А. Феофанов, М.В. Фофанов // Поволжский торгово-экономический журнал. – 2013. – № 4 (32). – С. 57-63.

УДК 657.42

Гуржа И.И.
Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

ИЗМЕНЕНИЯ ОЦЕНОЧНЫХ ЗНАЧЕНИЙ

Аннотация. В статье рассмотрен порядок организации бухгалтерского учета изменения оценочных значений нематериальных активов в результате изменения срока полезного использования. Также приведен пример бухгалтерского учета изменения оценочных значений в организации.

Ключевые слова: изменения оценочных значений, бухгалтерский учет, бухгалтерская отчетность, нематериальные активы, срок полезного использования, амортизация.

Gurzha I.I.

CHANGES IN ESTIMATES

Abstract: *The article describes the procedure for organization of accounting records, changes in the estimated values of intangible assets as a result of changes in useful life. It also shows an example of accounting for changes in the estimated values in the organization.*

Keywords: *changes in estimated values, accounting records, accounting report, intangible assets, useful life, depreciation.*

С 1 января 2009 г. организации, являющиеся юридическими лицами кроме кредитных организаций и государственных (муниципальных) учреждений, должны учитывать изменения оценочных значений своих активов. Основным документом, регулирующим данные изменения в бухгалтерском учете и отчетности, является Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ) 21/2008 «Изменения оценочных значений». [4]

Изменением оценочных значений признается корректировка стоимости актива (обязательства) или величины, отражающей погашение стоимости актива, обусловленная появлением новой информации, которая производится исходя из оценки существующего положения дел в организации, ожидаемых будущих выгод и обязательств и не является исправлением ошибки в бухгалтерской отчетности (п. 2 ПБУ 21/2008).

Отражение в бухгалтерском учете и отчетности изменений в оценке активов предусматривает ПБУ 21/2008 путем включения в доходы или расходы организации (перспективно):

- Периода, в котором произошло изменение, если такое изменение влияет на показатели бухгалтерской отчетности только данного отчетного периода;
- Периода, в котором произошло изменение, и будущих периодов, если такое изменение влияет на бухгалтерскую отчетность данного отчетного периода и бухгалтерскую отчетность будущих периодов.

Изменение оценочного значения, непосредственное влияющее на величину капитала организации, подлежит признанию путем корректировки соответствующих статей капитала в бухгалтерской отчетности за период, в котором произошло изменение (п. 5 ПБУ 21/2008).

Рассмотрим ситуацию изменения оценочных значений: изменение срока полезного использования нематериальных активов.

Организация ежегодно должна проверять срок полезного использования нематериального актива на необходимость его уточнения (п. 27 ПБУ 14/2007). Также в соответствии с п. 30 ПБУ 14/2007 организация должна пересмотреть способ начисления амортизации нематериального актива, если ожидаемые экономические выгоды в будущем от использования таких активов будут существенно изменены. [7]

Приведем примеры изменений оценочных значений влияющих на данные в бухгалтерской финансовой отчетности:

В апреле 2018 года руководство организации приняло решение о прекращении использования нематериального актива через три года. Изначально срок полезного использования был оценен в 10 лет. Первоначальная стоимость актива по данным бухгалтерского учета составляет 100 000 руб. Амортизация нематериального актива начислялась в течение 2 лет линейным способом, величина ежемесячной амортизации составила 833,33 руб. По состоянию на апрель 2018 г. сумма начисленной амортизации составила 20 000 руб. (833,33 руб. * 24 мес.). Таким образом, СПИ нематериального актива сокращается с 10 до 5 лет. Данное изменение является изменением оценочного значения. Сокращение срока полезного использования не влияет на отчетные данные предыдущих годов, но увеличивает амортизацию в последующих периодах.

В соответствии с п. 30 ПБУ 14/2007 в случае существенного изменения ожидаемых экономических выгод в будущем от использования нематериальных активов организация должна пересмотреть способ начисления амортизации такого имущества. Так как решение руководства

организации не несет существенного изменения ожидаемого поступления будущих экономических выгод, то нематериальный актив будет амортизироваться линейным способом. [3]

Рассчитаем сумму амортизации объекта нематериального актива с измененным сроком полезного использования с момента его уменьшения:

$100\ 000\ \text{руб.} * (100\% / 5\ \text{лет}) = 20\ 000\ \text{руб.} / 12\ \text{мес.} = 1\ 666,67\ \text{руб.}$

$1\ 666,67\ \text{руб.} * 24\ \text{мес.} = 40\ 000\ \text{руб.}$

Таким образом, сумма амортизации, начисленной со сроком полезного использования 10 лет, составила 20 000 руб., что значительно отличается от суммы амортизации начисленной с измененным сроком полезного использования. Разница между суммами амортизации составляет 20 000 руб. Эту разницу, а также суммы начислений амортизации, за 2018 год подлежат отражению в бухгалтерском учете как изменения оценочных значений.

Апрель 2018 года в бухгалтерском учете даются следующие проводки:

Д-т. 91.2 К-т. 05 Σ 20 000 руб. – Отражена корректировка суммы начисленной амортизации.

Ежемесячно до конца срока полезного использования нематериального актива будет начисляться амортизация:

Д-т. 26 К-т. 05 Σ 1 666,67 руб. – Начислена амортизация нематериального актива. [6, с. 56-61]

Так как изменение оценочных значений влияет на показатели бухгалтерской отчетности только данного отчетного периода, то такое изменение в бухгалтерском учете согласно п. 4 ПБУ 21/2008 отражается по первому варианту.

Список используемых источников:

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. №402-ФЗ принят Государственной Думой 22.11.2011 г. (в ред. от 18.07.2017 г. №160-ФЗ) // Правовая справочно-информационная система «Гарант».

2. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации утверждено приказом Министерства Финансов Российской Федерации от 29.07.1998 г. №34н (в ред. от 11.04.2018 г.) // Правовая справочно-информационная система «Гарант».

3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2007 утверждено Приложением к приказу Министерства финансов Российской Федерации от 27.12.2007 г. №153н (в ред. от 16.05.2016 г. №64н) // Правовая справочно-информационная система «Гарант».

4. Положение по бухгалтерскому учету «Изменения оценочных значений» ПБУ 21/2008 утверждено Приложением №2 к приказу Министерства финансов Российской Федерации от 06.10.2008 г. №106н (в ред. от 25.10.2010 г. №132н) // Правовая справочно-информационная система «Гарант».

5. Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 31.10.2000 г. №94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» (в ред. Приказа Минфина РФ от 08.11.2010 г. №142н) // Правовая справочно-информационная система «Гарант».

6. Владимирова А.В., Селезнева И.П. Изменения оценочных значений: особенности отражения в бухгалтерском учете корректировки стоимости внеоборотных активов / И.П. Селезнева, А.В. Владимирова // Вестник Ижевской государственной сельскохозяйственной академии. – 2016. – №3(48). – С. 56-61.

НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ: ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ

Аннотация. В статье рассмотрено понятие дебиторской задолженности. Целью работы является выявление проблемных аспектов налогового учета дебиторской задолженности. В ходе работы выявлено, что наиболее актуальными вопросами являются идентификация безнадежной задолженности и порядок ее списания.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, безнадежные долги, налоговый учет.

Kalinina V.S.

Omsk State Transport University (Omsk)

TAX ACCOUNTING RECEIVABLES: PROBLEMATIC ASPECTS

Abstract. In this article the concept of receivables is considered. The aim of the work is to identify problematic aspects of tax accounting of receivables. The work revealed that the most pressing issues are the identification of bad debts and the order of its lists.

Keywords: accounts receivable, bad debts, tax accounting.

Дебиторская задолженность является одним из видов активов экономического субъекта и возникает в результате несовпадения даты возникновения обязательств с датой платежей по ним. В процессе осуществления своей экономической деятельности организация вступает в хозяйственные связи с различными контрагентами: как юридическими, так и физическими лицами. Одними из наиболее популярных видов внешних расчётов являются расчеты с покупателями, от состояния которых во многом зависит платежеспособность организации, ее финансовое состояние, а также привлекательность для инвесторов.

В.В. Семенихин в своей статье пишет, что дебиторская задолженность является собой задолженностью других лиц, а именно организаций, предпринимателей, работников, физических лиц перед данной организацией, которая в бухгалтерском учете отражается в качестве имущество организации [8].

И.И. Жуклинец отмечает, что дебиторская задолженность представляет собой задолженность контрагентов и физических лиц конкретному субъекту предпринимательства, к примеру, задолженность покупателей за отгруженную продукцию, подотчётных лиц за выданные им под отчёт денежные суммы, задолженности других организаций за предоставленные им займы и др. [5].

Достаточно часто для организации предпочтительнее наличие кредиторской задолженности, чем дебиторской, так как кредиторская задолженность – это временное привлечение средств в хозяйственный оборот, а дебиторская – временное, и порой проблемное отвлечение средств из хозяйственного оборота.

Таким образом, дебиторскую задолженность можно определить как один из высоколиквидных активов, представляющий собой сумму долгов, которые причитаются экономическому субъекту.

Возникновение дебиторской задолженности приводит к отвлечению средств из оборота компании, что негативно влияет на ее финансовую устойчивость, поэтому необходимо принимать все возможные законные меры по своевременному взысканию такой задолженности. Организация вправе списать дебиторскую задолженность с баланса в двух случаях: либо после ее погашения, либо после признания ее безнадежной.

Списание дебиторской задолженности, являющейся безнадежной, в налоговом учете несколько отличается от порядка, установленного в бухгалтерском учете.

Согласно правилам бухгалтерского учета дебиторская задолженность с истекшим сроком давности учитывается в составе прочих расходов на основании данных проведенной инвентаризации, письменного обоснования и приказа/распоряжения руководителя организации, когда в налоговом учете, в свою очередь, просроченная задолженность дебиторов в случае отсутствия первичных документов, подтверждающих факт возникновения такой задолженности, не может учитываться при налогообложении прибыли в составе внереализационных расходов.

В ст. 196 ГК РФ обозначен общий срок исковой давности в три года. Течение срока исковой давности начинается с того дня, когда организация узнала о факте нарушения своего права, а в случае, если по обязательствам определен срок исполнения – по окончании такого срока. При этом следует учитывать, что течение срока исковой давности может быть прервано в случае предъявления иска в установленном порядке или же признания должником своего долга. Однако, после перерыва течение срока исковой давности начинается сначала, а время, истекшее до перерыва, в новый срок не засчитывается [1].

Помимо этого, к действиям, прерывающим срок исковой давности, можно отнести следующее:

- должник признал претензию;
- должник уплатил часть основного долга;
- должник уплатил проценты по основному долгу;
- изменен договор уполномоченным лицом, из которого следует, что должник признает наличие долга (например, соглашение об отсрочке или рассрочке платежа);
- должник дал письменное согласие на списание денежных средств с его счета.

Любое из перечисленных выше событий приводит к началу исчисления срока исковой давности, следовательно, откладывается списание дебиторской задолженности.

Гражданский Кодекс РФ также устанавливает другие основания для списания задолженности. К ним относятся:

- освобождение должника от лежащих на нем обязанностей;
- отсутствие возможности исполнения, в случае, если за обстоятельства появления задолженности не отвечает ни одна из сторон;
- в случае издания акта государственного органа, в соответствии с которым исполнение обязательства становится невозможным;
- смерть должника, если существует неразрывная связь исполнения обязательства с личностью должника;
- ликвидация юридического лица (должника).

Задолженность с истекшим сроком исковой давности выявляется по каждому договору отдельно, так как в каждом договоре устанавливается свой срок исполнения. В случае, если в договоре отсутствует пункт о сроках оплаты, такой момент начинается со дня предъявления претензий должником, а уже через семь дней после предъявления начинается течение срока исковой давности.

Одним из условий для правомерного списания с учета дебиторской задолженности является проведение инвентаризации расчетов с дебиторами, порядок которой установлен Методическими указаниями от 13.06.1995 № 49 [4].

В соответствии с данными указаниями обязанность проведения ежегодной инвентаризации за организацией является законодательно закрепленной. Перед составлением годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности инвентаризация проводится в обязательном порядке, а также ее можно проводить ежеквартально с целью недопущения пропусков исковой давности.

В ходе проведения проверки документов хозяйствующего субъекта, инвентаризационной комиссии необходимо установить правильность и подтвердить обоснованность числящихся на счетах бухгалтерского учета сумм дебиторской задолженности, сроки ее возникновения, а также выявить нереальные к взысканию долги.

Согласно п. 1 ст. 252 НК РФ в целях исчисления налога на прибыль налогоплательщик уменьшает сумму полученных доходов на сумму произведенных расходов, которыми, в свою очередь, признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты субъекта, а также убытки, понесенные налогоплательщиком, к которым относятся суммы безнадежных долгов [2].

Таким образом, для того, чтобы подтвердить свое право на уменьшение налоговой базы по налогу на прибыль и на убытки в виде безнадежных долгов налогоплательщику необходимо представить документы, которые подтвердили бы размер задолженности и период ее образования, а также обосновать истечение срока исковой давности для ее взыскания либо представить сведения о ликвидации должника.

Документами, подтверждающими факт возникновения дебиторской задолженности, могут быть любые соответствующие ФЗ № 402 «О бухгалтерском учете» первичные документы о совершении хозяйственной операции, в результате которой был образован долг контрагента перед налогоплательщиком [3].

В настоящее время бухгалтерское и налоговое законодательство несколько разнятся. Для того, чтобы снизить трудоемкость учета, необходимо максимально сблизить налоговый и бухгалтерский учет. В связи с этим при формировании учетной политики для целей бухгалтерского учета и налогообложения следует выбирать компромиссные с точки зрения трудоемкости варианты учета. Например, формировать и использовать резерв по сомнительным долгам в бухгалтерском учете можно в соответствии с требованиями налогового законодательства. Следует отметить, что по правилам бухгалтерского учета резерв относится к изменениям оценочных значений. Вопросы создания этого резерва были рассмотрены подробно в публикациях д.э.н., доцента Т.Б. Кувалдиной [6, 7].

Таким образом, организации необходимо регулярно анализировать производимые ею расчеты с контрагентами, своевременно выявлять безнадежные долги и списывать их в порядке, установленном бухгалтерским или налоговым законодательством. Компании вправе самостоятельно определять, по каким объектам учета нужно разработать и утвердить формы регистров налогового учета, необходимые для заполнения налоговой декларации, а в каких случаях использовать регистры бухгалтерского учета.

Список используемых источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «Гарант».
2. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «Гарант».
3. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «Гарант».
4. Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 № 49 «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств» // Правовая справочно-информационная система «Гарант».
5. Жуклинец, И.И. Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / И.И. Жуклинец. – М.: Юрайт, 2017. – 504 с.
6. Кувалдина, Т.Б. Информация об изменениях оценочных значений: раскрытие в бухгалтерской отчетности [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Аудиторские ведомости. – 2009. – № 9. – С. 65–69.
7. Кувалдина, Т.Б. Создание резерва по сомнительным долгам [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Аудиторские ведомости. – 2010. – № 1. – С. 49–52.
8. Семенихин, В.В. Дебиторская задолженность в бухгалтерском учете [Текст] / В.В. Семенихин // Все для бухгалтера. – 2010. – № 3. – С. 14–16.

ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПЛАНИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается оптимизация налогообложения финансовых результатов. Целью работы является рассмотрение основных способов уменьшения налоговых выплат законным путем. Приводятся современные методы оптимизации и минимизации налогов.

Ключевые слова: налоги, налогообложение, оптимизация, минимизация налогов, финансовые результаты.

Kostrygina E. O.
Omsk State Transport University, Omsk

OPTIMIZATION OF TAXATION AS A TOOL FOR PLANNING THE FINANCIAL RESULTS OF THE ORGANIZATION

Abstract. The article discusses the optimization of taxation of financial results. The aim of the work is to consider the main ways to reduce tax payments by legal means. Modern methods of tax optimization and minimization are given.

Keywords: taxes, taxation, optimization, tax minimization, financial results.

В настоящее время оптимизация налогообложения является острой проблемой для российских организаций. Большинство предприятий стремятся уменьшить затраты для сокращения налоговых выплат в бюджет. То есть оптимизация налогообложения – деятельность налогоплательщика, направленная на снижение уплаты налога, не нарушая законодательства.

Начиная свою деятельность, каждый собственник организации ставит цель получения положительного финансового результатов, то есть прибыли. Прибыль – это источник развития как самого предприятия, так и национальной экономики в целом.

Для оптимизации налогообложения собственникам компании необходимо разработать налоговую политику, а также методы налогового контроля и регулирования. Для этого требуется проанализировать как деятельность организации в целом, так и существенные аспекты оптимизации.

И.А. Митрофанова, А.Б. Тлисов, Г.А. Яценко дают следующее определение налоговому планированию, или же налоговой оптимизации: «это сокращение налогов, представляющее собой совокупность мер, направленных на снижение налогового бремени законным способом. В частности, оно предполагает определение способа налогового и бухгалтерского учета на предприятии» [1, с. 23].

Виды оптимизации не имеют устоявшейся классификации и могут быть разделены на группы:

- по видам налогов: налоги на доходы физических лиц, налог на добавленную стоимость, налог на прибыль организации, обязательные социальные и страховые взносы и другие;
 - по отраслевой принадлежности: банковская сфера, торговля, сельское хозяйство и прочие;
 - налогоплательщики: организации, физические лица, предприниматели и так далее.
- Существуют различные способы оптимизации, такие как общие и специальные (рис. 1).

К специальным методам относятся: замена и разделение отношений, отсрочка платежа, сокращение объекта налогообложения. Перечисленные методы трудозатраты и реализуются на краткосрочные выгоды.

Метод замены отношений – отношения с контрагентами, облагающиеся высокими налоговыми ставками, заменяются на аналогичные операции со льготным режимом.

Метод разделения отношений предполагает разделение большой хозяйственной операции на несколько простых.



Рисунок 1. Методы оптимизации налогообложения финансовых результатов

Отсрочка налогового платежа – допустимый перенос срока уплаты налога.

Сокращение налогового объекта предполагает собой исключение ряда облагаемых хозяйственных операций, а также имущества, которые не повлияют на деятельность хозяйствующего субъекта.

Далее рассмотрим общие методы, они являются универсальными для предприятий из разных отраслей и ориентируются на долгосрочную перспективу.

Делегирование ответственности подразумевает сотрудничество с другими организациями или же создание дочерних компаний, для снижения налоговых обязательств.

С.В. Барулин, Е.А. Ермакова, В.В. Степаненко в своей работе отмечают отдельные отрасли, виды деятельности (например: сельское хозяйство, НИОКР и другие), которые нуждаются в государственной поддержке (малый бизнес), отдельные районы страны (крайний Север), предприятия решающие социальные вопросы (благотворительная помощь, трудоустройство инвалидов) и другое [2, с. 71].

Метод смены юрисдикции основан на том, что муниципальные органы власти могут самостоятельно устанавливать налоговые ставки, а также льготные системы налогообложения.

Для эффективной оптимизации мало использование разовых методов, необходимо разрабатывать сбалансированную учетную политику. Для этого необходимо детальное изучение особенностей предприятия, а также прогнозирование финансовых результатов.

Л.И. Гончаренко отмечает: «наиболее эффективным является такое сочетание методов налоговой оптимизации, которое позволяет предприятию достичь поставленных целей (рост продаж, прибыли и др.) в наиболее короткий промежуток времени с наименьшими затратами с учетом долговременной перспективы экономического роста и финансовой стабильности организаций» [4, с. 173].

Также нужно отметить, что при использовании методов оптимизации налогового бремени сопряжено с определенными рисками, таких как не получение положительного финансового результата или штрафные санкции. В этом случае все зависит не от гражданского права, а от налоговых правонарушений.

С.В. Барулин, Е.А. Ермакова, В.В. Степаненко дают следующее определение системе управления налоговыми рисками «это мероприятия, позволяющие в определённой степени

спрогнозировать рискованные события и принять меры по устранению отрицательных последствий наступления налоговых рисков» [2, с. 54].

Налоговые риски находят свое отражение в потерях организации:

- усиление налогового контроля – финансовые потери из-за налоговых нарушений;
- повышение налоговой нагрузки – увеличение налоговых ставок, отмена льгот;
- уголовное преследование за налоговые правонарушения.

Н.Н. Селезнева утверждает: «При несоблюдении сроков уплаты налогов и сборов, организации начисляется пеня, которая выступающая механизмом компенсации потерь бюджета. Пеней – денежная сумма, которую налогоплательщик, плательщик сборов или налоговый агент выплачиваемая в случае уплаты причитающихся сумм налогов или сборов, в том числе налогов или сборов, уплачиваемых в связи с перемещением товаров через таможенную границу Российской Федерации, в более поздние по сравнению с установленными законодательством о налогах и сборах сроки» [5, с. 216].

За некоторые нарушения должные лица могут привлекаться к административной ответственности. При более серьезных возникает уголовная ответственность (например: уклонение от уплаты налогов).

Исходя из всего выше сказанного можно сделать вывод, что оптимизации налоговых обязательств должны подкрепляться мерами, направленными на расширение производства, увеличения прибыли и продаж. Таким образом для сбалансированной системы оптимизации налоговой нагрузки на финансовые результаты организации необходимо не только сокращение налоговых обязательств, но и рациональное использование высвободившихся денежных средств.

Список используемых источников:

1. Митрофанова, И. А. Оптимизация налогообложения как инструмент планирования финансовых результатов деятельности организации [Текст] / И. А. Митрофанова, А. Б. Тлисов, Г. А. Яценко // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2014. – № 23 (209). – С. 18-25.
 2. Барулин, С.В. Налоговый менеджмент: учебное пособие [Текст] / С.В. Барулин, Е.А. Ермакова, В.В. Степаненко. – М.: Омега-Л, 2007. – 272 с.
 3. Гончаренко, Л.Н. Управление прибылью организаций торговли: монография [Текст] / Л.Н. Гончаренко, Т.Б. Кувалдина, И.С. Метелев. – Омск, Омский институт (филиал) РГТЭУ, 2007. – 147с.
 4. Гончаренко, Л. И. Налоги и налоговая система Российской Федерации: учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / Л.И. Гончаренко. – М.: Юрайт, 2015. – 541 с.
- Селезнева, Н.Н. Налоговый менеджмент: администрирование, планирование, учет: учебное пособие [Текст] / Н.Н. Селезнева. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 224 с.

УДК: 657.2.016

Кривко А. В., Трошина М. А.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО СТАНДАРТА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ФСБУ «ЗАПАСЫ»

Аннотация. Статья посвящена нововведениям, касающихся действующего в настоящее время положения по бухгалтерскому учету (ПБУ) 5/2001 "Учет материально-производственных запасов". Суть статьи заключается в предложении нового порядка учета запасов, так как ПБУ 5/2001 не учитывает и не раскрывает некоторые аспекты учета запасов. В статье рассматриваются конкретные новшества стандарта бухгалтерского учета «Запасы», такие

как: сфера его применения, перечень затрат, которые необходимо включать в стоимость запасов, справедливая стоимость по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) и другое.

Ключевые слова: запасы, бухгалтерский учет, положение по бухгалтерскому учету (ПБУ), себестоимость, справедливая стоимость, федеральный стандарт.

Krivko A. V., Troshina M. A.
Financial University (Omsk)

GENERAL PROVISIONS OF THE FEDERAL ACCOUNTING STANDARD FSBU «INVENTORIES»

Abstract. *The article is devoted to the innovations concerning the current regulation on accounting (CRA) 5/2001 "Accounting of inventories". The essence of the article is to propose a new order of inventory accounting, as CRA 5/2001 does not take into account and does not disclose some aspects of inventory accounting. The article discusses the specific innovations of the accounting standard "Reserves", such as: the scope of its application, the list of costs that must be included in the cost of inventories, fair value according to international financial reporting standards (IFRS), and more.*

Key words: *inventory, accounting, accounting regulations (CRA), cost, fair value, federal standard.*

В начале 2018 года был подготовлен проект стандарта бухгалтерского учета «Запасы», вступление в силу данного стандарта приходится на 2019 год. Данный стандарт должен заменить действующее Положение о бухгалтерском учете ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов».

Рассмотрим основные аспекты и новшества в учете запасов, предлагаемые данным стандартом.

Данной нормативно-правовой акт вправе не применять в осуществлении своей деятельности следующие организации:

- организации государственного сектора;
- организации с упрощённой формой ведения бухгалтерского учета (если являются микро-предприятием и деятельность не предполагает наличия остатка запасов).

Также данный стандарт можно не применять, если запасы используются для управленческих нужд организации. В таком случае затраты на приобретение или создание таких запасов будет отражаться в расходах периода.

Порядок перехода на применение ФСБУ «Запасы» необходимо раскрыть в первой бухгалтерской отчетности, которая будет составлена с применением данного стандарта.

Под запасами понимаются активы, которые потребляются или продаются организацией в рамках операционного цикла, или же используются в течение не более 12 месяцев.

Рассмотрим список объектов, которые в соответствии с ФСБУ признаются запасами.

Таблица 1. Перечень объектов, признаваемых запасами. [3]

<i>Признаются запасами</i>	<i>Не признаются запасами</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Сырье, топливо, материалы, запасные части, которые задействованы в деятельности организации - инструменты, спецодежда, инвентарь спецоснастка, оборудование, тара и другие объекты, используемые для осуществления деятельности организации - готовая продукция для продажи; - товары для перепродажи; - переданная продукция покупателю или перевозчику, в отношении которых организация еще не признала выручку; - затраты на продукцию, не прошедшую всех стадий технологического процесса; - затраты на выполнение работ или оказание услуг, в отношении которых организация еще не признала выручку; - объекты интеллектуальной собственности для продажи; - объекты недвижимого имущества для продажи. 	<ul style="list-style-type: none"> - Сырье, материалы, продукция и другие объекты, используемые при создании внеоборотных активов; - животные и растения для получения сельхозпродукции; - финансовые активы - материальные ценности других лиц, находящиеся у организации по договорам комиссии, ответственного хранения и др.

Также стандарт применяется для учета долгосрочных активов к продаже, их нужно учитывать отдельно от запасов как оборотные активы.

Затраты признаются организацией в момент, когда будут понесены затраты, связанные с их приобретением или созданием. Должны быть выполнены 2 условия:

- понесенные организацией затраты в будущем обеспечат получение экономических выгод;
- сумма данных затрат может быть определена.

При этом затратами не будет считаться предоплата.

Стоит отметить, что наличие или отсутствие права собственности не будет являться важным для признания запасов в качестве актива.

Стандарт предусматривает оценку запасов как при поступлении в организацию, так и после признания, что является существенным отличием ФСБУ «Запасы» от ПБУ 5/01.

При признании запасов в организации их учитывают по себестоимости, которую формируют на всех стадиях операционного цикла. В себестоимость включают фактические затраты на их приобретение, заготовку, переработку, производство, доставку до места их использования или продажи, приведение в состояние, необходимое для их использования или продажи. [2].

В себестоимость запасов не включают:

- возмещаемые косвенные налоги (НДС, акцизы);
- затраты, понесенные из-за ненадлежащей организации производственного процесса (сверхнормативные расходы, потери);
- затраты вследствие аварий и чрезвычайных ситуаций;
- обесценение других активов (независимо от того, использовались ли эти активы в производстве запасов);
- управленческие расходы;
- расходы на хранение запасов, если оно не является частью технологии производства или условием закупки;
- расходы на продажу;
- рекламные расходы;
- расходы на внутреннее перемещение запасов, если оно не является частью технологии производства;
- иные затраты, которые не являются необходимыми.

Так как согласно ФСБУ «Запасы» управленческие расходы не будут входить в перечень затрат, включаемых в себестоимость запасов, потребуется изменить систему калькулирования производственной себестоимости

Рассмотрим особенности формирования себестоимости запасов в зависимости от условий получения запасов. Выделяют следующие способы формирования себестоимости запасов в отдельных случаях:

1) Если запасы были получены от поставщика с отсрочкой или рассрочкой платежа на период, который превышает 12 месяцев или меньший срок, который устанавливается организацией, себестоимость запасов определяется исходя из суммы, уплаченной организацией при отсутствии указанной отсрочки (рассрочки). В течение периода отсрочки (рассрочки) будут учитывать процентные затраты, являющиеся разницей между указанной суммой и номинальной величиной будущего платежа.

2) Если запасы были получены от поставщика с оплатой полностью или частично неденежными средствами, то себестоимость определяется исходя из справедливой стоимости передаваемого имущества, имущественных прав, работ или услуг, определяемой в соответствии с МСФО.

3) Если запасы были получены от акционеров, собственников, участников, учредителей, то себестоимость определяется исходя из справедливой стоимости. Если нет возможности ее определить, то запасы не признают.

4) Если запасы были получены от выбытия, в том числе частичного, основных средств и других внеоборотных активов или извлекаемые при их текущем содержании, ремонте, модернизации, реконструкции и иных аналогичных действиях, то себестоимость запасов определяется исходя из наименьшей величины:

- стоимость, по которой организация учитывает аналогичные запасы;
- сумма балансовой стоимости списываемых активов и затрат, понесенных при демонтаже и разборке объектов, извлечении запасов, приведении их в состояние, необходимое для использования. [3]

Следует отметить, что если оплата поставщику происходит неденежными средствами, то возможно возникновение ситуации, когда невозможно определить справедливую стоимость передаваемого имущества, работ или услуг. Справедливая стоимость – цена, которая была бы получена при продаже актива или уплачена при передаче обязательства в ходе обычной сделки между участниками рынка на дату оценки. [1] Если ее установить нельзя, то себестоимостью запасов считают балансовую стоимость передаваемых активов, а также фактических затрат, приходящихся на выполнение работ или оказание услуг.

Организация, которая имеет право применять упрощенные способы бухгалтерского учета, может определять себестоимость запасов исходя из указанной выше балансовой стоимости, независимо от возможностей определения справедливой стоимости.

Данный федеральный стандарт бухгалтерского учета «Запасы» позволяет организациям, которые применяют упрощенные способы учета, учитывать в себестоимости запасов только цену поставщика, не учитывая скидки, уступки, премии и другие поощрения, предоставляемые организациями в связи с приобретением запасов, а также, не учитывая условия отсрочки (рассрочки) платежа за поступившие в организацию запасы.

Оценка запасов после их признания происходит на отчетную дату по наименьшей из величин: 1. себестоимость; 2. чистая стоимость продажи.

Чистая стоимость продажи запасов представляет собой предполагаемую цену продажи запасов, по которой организация сможет их продать, за вычетом возможных затрат, которые необходимы для чтобы завершить производство, переработку запасов, а также подготовить их к продаже и самой продаже.

Когда сформированная в учете стоимость запасов превышает чистую стоимость их продажи, тогда запасы должны уцениваться до чистой стоимости продажи. Данная уценка будет признаваться расходом.

Когда происходит увеличение чистой стоимости продажи ранее уцененных запасов, то производят их дооценку до чистой стоимости продажи, но не выше себестоимости (только в пределах ранее признанной уценки). Дооценка будет уменьшать сумму расходов.

Организация, имеющая право на применение упрощённых способов ведения учета, может оценивать запасы по себестоимости на отчетную дату.

Запасы будут оцениваться по стоимости каждой единицы, если они не имеют возможность заменить друг друга как в производственном процессе, так и при продажах.

Запасы, которые могут быть заменены друг другом, будут оцениваться либо по средневзвешенной стоимости, либо методом ФИФО.

Для организаций сельского, лесного и рыбного хозяйства, а также осуществляющих торговлю товарами на организованных торгах, оценивающих запасы по справедливой стоимости, предусмотрено следующее правило: последующая дооценка или уценка запасов должна признаваться доходом или расходом, в том периоде, в котором была изменена справедливая стоимость, а также затраты, которые связаны с указанными запасами, и понесенные после их признания, должны учитываться в расходах в периоде, в котором они были понесены.

Также необходимо отметить, что в отличие от ПБУ 5/2001, федеральный стандарт «Запасы» включает в себя раскрытие следующих аспектов: каким образом и в каких случаях предусмотрено списание запасов. [3]

Списание запасов предусмотрено при их продаже одновременно с признанием выручки от продажи. Балансовая стоимость проданных запасов признается в расходах. А также запасы списываются в том случае, если в будущем поступление экономических выгод от использования данных запасов или их продажи не ожидается. Балансовая стоимость списываемых запасов будет признаваться обособлено в расходах.

При изменении физической формы запасов на различных стадиях производственного процесса, а также при их передаче покупателям до момента признания выручки запасы списываются не будут.

При составлении отчетности необходимо, чтобы следующий перечень информации был раскрыт и отражен в ней, а именно:

- себестоимость запасов, их накопленную сумму уценки до чистой стоимости продажи на начало отчетного периода и на конец отчетного периода по видам запасов;
- себестоимость запасов, признанные за отчетный период по видам запасов;
- балансовая стоимость проданных запасов, которые были признаны в расходах за отчетный период по видам запасов;
- сумма, на которую были уценены запасы до чистой стоимости продажи за отчетный период;
- сумма, на которую были дооценены ранее уцененные запасы до чистой стоимости продажи за отчетный период, и причины, приведшие к росту чистой стоимости продажи запасов;
- изменение справедливой стоимости запасов, которые учитываются отдельными организациями;
- ограничения имущественных прав на запасы, в том числе балансовую стоимость запасов, которые находятся в залоге;
- способы оценки однородных запасов по их видам;
- последствия изменения способов оценки однородных запасов по сравнению с предыдущим отчетным периодом;
- авансы в связи с приобретением запасов за вычетом налогов, которые подлежат к возмещению.

Данный перечень является более обширным по сравнению с Положением по бухгалтерскому учету 5/2001. [2; 3]

В настоящее время осуществляется совершенствование нормативно-правовых актов, регулирующих учет в организации, в том числе учет «запасов». Таким образом, в данной статье был рассмотрен проект федерального стандарта бухгалтерского учета «Запасы», который должен заменить действующее Положение по бухгалтерскому учету 5/2001.

Список используемых источников:

1. Приказ Минфина России от 28.12.2015 N 217н (ред. от 11.07.2016) "Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 "Запасы" // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».
2. Приказ Минфина России от 09.06.2001 N 44н (ред. от 16.05.2016) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет материально-производственных запасов" ПБУ 5/01" // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».
3. Обзор: "Проект стандарта бухучета "Запасы" от 07.11.2018 [Электронный ресурс] // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_310611/, свободный.

УДК 657.222

Мартияненко П.В.

Омский государственный университет путей сообщения (г.Омск)

ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА КАК ОБЪЕКТ НАЛОГОВОГО УЧЕТА

***Аннотация.** В статье рассматриваются основные средства как объекты налогового учета. Автором раскрываются условия отнесения объектов в состав амортизируемого имущества, описываются методы начисления амортизации. Сделан вывод, что основные средства являются наиболее важными объектами для налогового учета организации, которые существенно влияют на формирование налоговой базы и, как следствие, на финансовые результаты экономического субъекта.*

***Ключевые слова:** объект основных средств, налоговый учет, амортизируемое имущество, амортизационная премия, резерв*

Martianenko P.V.

Omsk State Transport University (Omsk)

FIXED ASSETS AS AN OBJECT OF TAX ACCOUNTING

***Abstract.** The article deals with fixed assets as objects of tax accounting. The author reveals the conditions for assigning objects to the depreciable property, describes the methods of depreciation. It is concluded that fixed assets are the most important objects for tax accounting of an organization, which significantly affect the formation of the tax base and, as a result, the financial results of an economic entity.*

***Keyword:** fixed asset, tax accounting, depreciable property, depreciation bonus, reserve*

В современных условиях активизация деловой активности субъектов экономики приводит к потребности создания более новых производственных мощностей, ключевым элементом которых непосредственно служат основные средства, характеризующие техническую оснащенность и способствующие повышению производительности труда, улучшению финансовых результатов и качества продукции.

Правильно выстроенная система учета основных средств организации оказывает существенное влияние на формирование финансовых результатов деятельности. Вопросы бухгалтерского и налогового учета основных средств являются весьма актуальными и постоянно исследуются отечественными экономистами. Среди них можно выделить Т.Б. Кувалдину [2-5], О.В. Никифорову [6], И.О. Черепину, В.А. Рысину [7] и др.

О роли и значимости основных средств говорят многие ученые. Так, например, И.О. Черепина и В.А. Рысина считают, что основные средства обеспечивают производственные возможности организации, а эффективное их функционирование приводит в будущем к развитию конкурентоспособности и к появлению прибыли [37, с. 384].

Особо значимым в отношении этих объектов является правильная постановка налогового учета основных средств, под которым понимают систему обобщения и фиксации определенной информации, позволяющую определять налоговую базу по налогам на основе первичных учетных документов экономического субъекта.

Ведение налогового учета основных средств имеет общие признаки с бухгалтерским учетом. Однако и определенные принципиальные отличия все же имеются. Например, понятие термина «основные средства» рассматривается в налоговом учете несколько иначе, чем в бухгалтерском, поскольку в нем отсутствует упоминание о предоставляемых организацией основных средств в пользование и во владение без указания определенного периода времени.

Также, основные средства в целях налогообложения классифицируются как определенная доля амортизируемого имущества, то есть такого имущества, стоимость которого погашается путем начисления амортизации. Амортизация, в данном случае, представляет собой способ покрытия физического или морального износа и перенос на счета затрат стоимости основных средств.

В соответствии со статьей 256 Налогового Кодекса Российской Федерации (НК РФ) отнесение основных средств к амортизируемому имуществу осуществляется при выполнении нескольких условий, представленных на рис. 1.

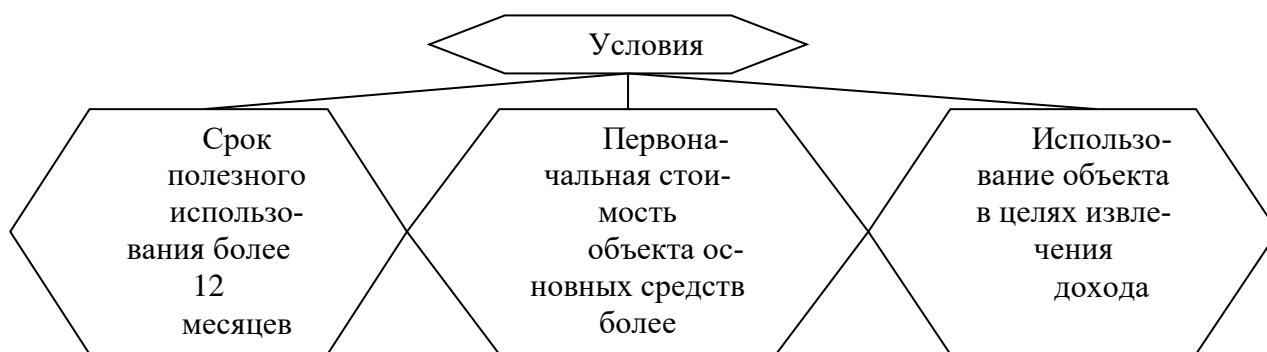


Рисунок 1. Условия отнесения основных средств к амортизируемому имуществу [1].

Определение срока полезного использования объектов основных средств в налоговом учете осуществляется самостоятельно организацией в соответствии с классификационным признаком объекта на дату ввода его в эксплуатацию.

Применение значения в 100 000 рублей для первоначальной стоимости введено с 1 января 2016 года. В случаях модернизации, реконструкции, дооборудования, достройки и частичной ликвидации основных средств существующее фиксированное значение их первоначальной стоимости может изменяться.

По амортизируемому имуществу в целях налогового учета налогоплательщики могут применять следующие методы амортизации основных средств:

- линейный метод;
- нелинейный метод.

Применение линейного метода позволяет определить ежемесячную сумму амортизационных отчислений по каждому объекту основных средств, используемых организацией.

Нелинейный метод начисления амортизации по основным средствам организации рекомендуется использовать по объектам с непродолжительным сроком применения и по тем, у которых степень износа достаточна высока.

Начисление амортизации в налоговом учете, осуществляется ежемесячно начиная с месяца, следующего за тем месяцем, когда объект основного средства был введен в эксплуатацию.

Согласно НК РФ налогоплательщики могут применять так называемую амортизационную премию в отношении основных средств, т.е. до 30% первоначальной стоимости списывать одновременно. Остальные 70% стоимости списывается через механизм амортизации. В случае,

если предприятие имеет крупные налоговые платежи и планирует приобретение объектов основных средств с длительным сроком использования и большой стоимостью, то использование амортизационной премии может дать существенный результат при экономии на налоге на прибыль. В иных случаях применение амортизационной премии не даст значительного эффекта для предприятия. Следует отметить, что в бухгалтерском учете такого правила не существует.

Расходы на ремонт и обслуживание объектов основных средств включаются в состав расходов организации. В случае, когда предприятию предстоит дорогостоящий и длительный ремонт основных средств, оно имеет право на создание резерва, позволяющего равномерно списывать расходы в течение определенного периода времени. Порядок формирования данного резерва определен статьей 324 НК РФ [1]. В течении налогового периода отчисления в резерв на ремонт основных средств списываются на расходы равными долями на последнее число налогового периода. В бухгалтерском учете создание резерва (или оценочного обязательства) в настоящее время не предусмотрено.

Всю информацию, связанную с объектами основных средств в налоговом учете отражают в специальных регистрах налогового учета, которые можно подразделить на четыре группы (рисунок 2):

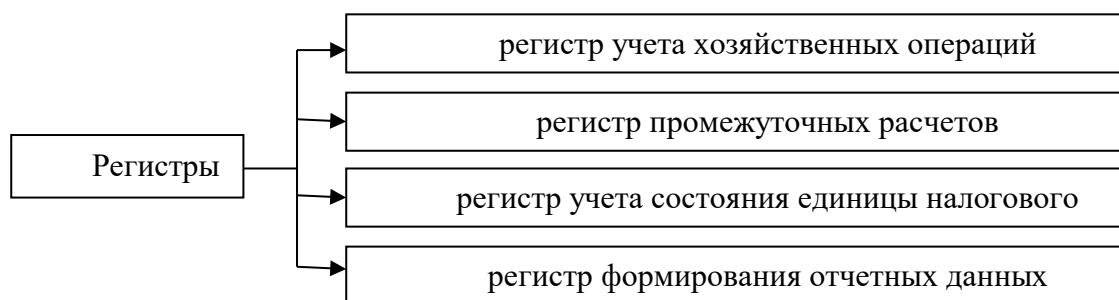


Рисунок 2. Аналитические регистры налогового учета

В каждую из этих групп входят соответствующие регистры учета информации об объектах основных средств.

Таким образом, проведенное исследование позволило сделать вывод, что основные средства являются наиболее важным объектом для целей налогового учета организации, позволяющим определить налоговую базу и оказывать влияние на финансовые результаты деятельности компании. Вместе с тем, на сегодняшний день существуют значительные различия в правилах бухгалтерского и налогового учета основных средств, что приводит российского бухгалтера к ошибкам, и, как следствие, к налоговым санкциям, негативно влияющим на финансовое состояние организации.

Список используемых источников:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: утв. Приказом Министерства Финансов Российской Федерации от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ.
2. Кувалдина, Т.Б. Основные средства в запасе: бухгалтерский и налоговый учет [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Бухгалтерский учет. –2010. –№ 6. –С. 41-44.
3. Кувалдина, Т.Б. Расходы, связанные с восстановлением основных средств [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Аудиторские ведомости. –2006. –№ 7. –С. 35.
4. Кувалдина, Т.Б. Начисление амортизации [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Аудиторские ведомости. – 2009. –№ 7. –С. 14-20.
5. Кувалдина, Т.Б. Основные средства в запасе (резерве): бухгалтерский учет и налогообложение [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Аудиторские ведомости. –2010. –№ 9. – С. 56-62.
6. Никифорова, О.В. Амортизационная премия в налоговом учете[Текст] / О.В. Никифорова // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследования. – 2017. – С. 154-158.

7. Черепина, И.О. Экономическая сущность, классификация и оценка основных средств, задачи учета и анализа [Текст] / И.О. Черепина, В.А. Рысина // Учет, анализ и аудит: реалии и перспективы развития. – 2018.– №2 – С. 383-390.

УДК 657.222

Павелина Т.С.

Омский государственный университет путей сообщения (г.Омск)

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАЛОГОВОГО УЧЕТА РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация.** В данной статье рассмотрены актуальные вопросы налогового учета расходов организации. Целью работы является анализ различий налогового учета с бухгалтерским в части признания и деления расходов на прямые и косвенные. Автор статьи пришел к выводу, что необходимы внесения изменений в законодательство бухгалтерского чета, чтобы сблизить его с налоговым.*

***Ключевые слова:** расходы, налоговый учет, налогообложение, бухгалтерский учет, признание расходов, прямые расходы, косвенные расходы, налог на прибыль.*

Pavelina T.S.

Omsk State Transport University (Omsk)

TOPICAL ISSUES OF TAX ACCOUNTING OF EXPENSES OF THE ORGANIZATION

***Abstract.** This article deals with topical issues of tax accounting of expenses of the organization. The aim of the work is to analyze the differences in tax accounting with accounting in the recognition and division of costs into direct and indirect. The author of the article came to the conclusion that it is necessary to make changes in the legislation of the accounting couple in order to bring it closer to the tax.*

***Keywords:** expenses, tax accounting, taxation, accounting, recognition of expenses, direct expenses, indirect costs, income tax*

В настоящее время остается актуальным вопрос учета расходов организации в целях налогообложения, потому что основные различия бухгалтерского и налогового учетов возникают именно в части признания расходов.

В налоговом учете расходы могут быть признаны лишь в случае, когда они являются разумными и правильно оформленными документами. Разумными расходами можно назвать те, которые экономически обоснованны и имеют денежное выражение.

Экономический субъект должен организовать качественный и грамотный подход для ведения налогового учета расходов, что позволит оптимизировать налог на прибыль. По мнению ученых Л.Н. Кузнецовой, Л.В. Максимович неправильно организованный учет расходов может привести к существенным искажениям информации налогового учета, что в дальнейшем приводит к ошибкам [4].

Налоговый учет позиционируется как система обобщения сведений для определения налоговой базы по налогу на базе данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с порядком, предусмотренным НК РФ. Учет расчетов по налогу на прибыль является важным и сложным участком в системе бухгалтерского учета. По мнению Т.Б. Кувалдиной бухгалтер не только должен достоверно и в полном объеме сформировать финансовый результат в бухгалтерском и налоговом учете, но и определить различия между двумя видами учета, отразить их на счетах бухгалтерского учета и рассчитать налог на прибыль, подлежащий уплате в бюджет [5].

Различия в определении расходов в бухгалтерском и налоговом учетах представляют собой практическую проблему, которая активно обсуждается отечественными учеными экономистами: Д.А. Аленькиной, Е.И. Анфиногеновой [2], Ф.О. Асевой [3], Л.Н. Кузнецовой, Л.В. Максимович [4], Т.Б. Кувалдиной [5] и др.

Налоговое законодательство определяет затраты, которые в бухгалтерском учете могут признаваться расходами, но в целях налогообложения они не учитываются. Перечень таких расходов содержится в главе 270 НК РФ. Например, к ним относятся суммы начисленных налогоплательщиком дивидендов, взносы в уставный капитал, вклады в простое товарищество и прочее.

Также, для признания в целях налогообложения прибыли, расходы должны одновременно удовлетворять трем главным критериям:

- расходы должны быть произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода;
- расходы должны быть экономически оправданными;
- расходы должны быть подтверждены документально.

Проблема заключается в том, что, во-первых, состав расходов, которые признаются для целей налогообложения, не является закрытым, во-вторых, не ограничен и список затрат, которые не признаются при расчете налоговой базы по налогу на прибыль организаций. В действительности это влечет за собой значительные проблемы при признании расходов налогоплательщиком.

Следует отметить, что налоговое законодательство Российской Федерации позволяет организации самостоятельно распределять производственные расходы на прямые и косвенные (рис. 1).



Рисунок 1. Классификация расходов в целях налогообложения

Налогоплательщик может управлять размером расходов, которые будут учтены в конкретном налоговом периоде при расчете налоговой базы по налогу на прибыль. Так, прямые расходы включаются в себестоимость и списываются по мере реализации продукции, работ, услуг, а косвенные полностью учитываются в текущем периоде. Это требование применяется при использовании налогоплательщиком метода начисления. Но в то же время определенной методики распределения расходов в Налоговом кодексе не содержится, что позволяет организации применять наиболее выгодные методы. Структура прямых расходов может не совпадать с перечнем, который указан в Налоговом кодексе. Их состав, в первую очередь, зависит от особенностей производственных и технологических процессов. Основным требованием является то, что список прямых затрат должны быть экономически оправдан. В бухгалтерском учете расходы на производство, которые являются для целей налогообложения косвенными, обычно учитываются на счетах 25 «Общепроизводственные расходы» и 26 «Общехозяйственные расходы». Для того, чтобы определить общую сумму косвенных расходов в налоговом учете, организации необходимо создать сводный налоговый регистр, в котором будут собираться все косвенные расходы налогового периода и определяться их сумма нарастающим итогом с начала года.

В то же время существует мнение, что процесс распределения расходов на прямые и косвенные не полностью зависит только от воли руководства экономического субъекта. По мнению

Ф.О. Асяевой то, что расходы нельзя относить к прямым или косвенным без какого-либо обоснования, является выгодным для налоговых органов. Поэтому они стали ограничивать состав косвенных расходов при производстве продукции [3].

Таким образом, классификация расходов в бухгалтерском и налоговом учете имеет много общего, но в то же время в перечнях расходов содержатся различия. На сегодняшний день расхождения между двумя видами учета, которые возникают по различным причинам, будут существовать и в дальнейшем. Без внесения поправок в бухгалтерское и налоговое законодательство ситуацию не изменить. В заключении, следует отметить, что в бухгалтерском учете разделение расходов на прямые и косвенные прямо не предусмотрено. Поспособствовать решению этой проблемы могло бы введение официального понятия прямых и косвенных расходов в бухгалтерское законодательство. Также, требуется грамотный подход при организации бухгалтерского и налогового учета расходов внутри предприятия, что поспособствует оптимизации налогообложения.

Список используемых источников:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 от 05 августа 2000г. № 117-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «Гарант».
2. Аленькина Д.А. Налоговый учет затрат в коммерческих организациях [Текст] / Д.А. Аленькина, Е.И. Анфиногенова // Вопросы науки и образования. – 2018. – № 26 (38). – С. 41-43.
3. Асяева Ф.О. Учет доходов, расходов и финансовых результатов хозяйствующего субъекта: бухгалтерский и налоговый аспект [Текст] / Ф.О. Асяева // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. – 2016. – №3. – С. 11-14.
4. Кузнецова Л.Н. Бухгалтерский и налоговый учет расходов коммерческой организации при различных системах налогообложения [Текст] / Л.Н. Кузнецова, Л.В. Максимович. – Известия саратовского университета. Новая серия. Серия: экономика. Управление. Право. – 2017. – № 1. – С. 32-36.
5. Кувалдина, Т.Б. Затраты и расходы в учетной системе коммерческих организаций [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Бухгалтерский учет. – 2009. – № 13. – С. 70-73.
6. Кувалдина, Т.Б. Расходы на обеспечение нормальных условий труда: учет и налогообложение [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Бухгалтерский учет. – 2010. – № 5. – С. 41-48.
7. Моисеенко В.В. Влияние разниц между бухгалтерским и налоговым учетом на величину налога на прибыль [Текст] / В.В. Моисеенко // Хроноэкономика. – 2018. – № 3 (11). – С. 132-136.

УДК 336.228.32

Посоюзная А.В.

Омский государственный университет путей сообщения (Омск)

ОСОБЕННОСТИ ПРИЗНАНИЯ РАСХОДОВ БЕЗ ДОХОДОВ В НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ

Аннотация. В статье рассмотрены особенности признания в налоговом учете расходов экономических субъектов без полученных доходов. Целью работы является исследование правомерного признания расходов без получения в отчетном периоде доходов. Приведены разъяснения по актуальным вопросам, возникающим у налогоплательщиков в части признания расходов.

Ключевые слова: доходы, расходы, особенности, налогообложение, налоговый учет.

Posoyuznaya A. V.

Omsk State Transport University (Omsk)

FEATURES OF THE RECOGNITION OF EXPENSES WITHOUT INCOME IN TAX ACCOUNTING

Abstract. The article discusses the features of recognition in tax accounting of expenses of economic entities without income received. The aim of the work is to study the legitimate recognition of expenses without receiving income in the reporting period. The explanations on current issues arising from taxpayers in the recognition of costs.

Keywords: income, expenses, features, taxation, tax accounting.

В современном мировом хозяйстве одно из ключевых звеньев занимают коммерческие организации, доходы и расходы которых являются показателями их финансово-хозяйственной деятельности. Порядок бухгалтерского и налогового учета доходов и расходов сегодня различен, что приводит к возникновению существенных ошибок в работе отечественного бухгалтера. Актуальные вопросы признания доходов и расходов находят свое отражение в многочисленных публикациях российских экономистов: Т.Б. Кувалдиной [4-10], И.А. Митрофановой [11], С.А. Николаевой [12], Е.В. Оломской [13] и др.

Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) определяет понятия доходов и расходов и их состав. В частности, под доходами понимается экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае возможности ее оценки и в той мере, в которой такую выгоду можно оценить. Согласно ст. 248 НК РФ к доходам относятся:

- доходы от реализации товаров (работ, услуг);
- внереализационные доходы [1].

В соответствии с НК РФ, расходы – это обоснованные и документально подтвержденные затраты, осуществленные (понесенные) налогоплательщиком. Они подразделяются также как доходы, на две группы:

- расходы, связанные с производством;
- внереализационные расходы [1].

НК РФ не определяет порядок признания расходов в зависимости от получения экономическим субъектом доходов от реализации товаров (работ, услуг). Однако в соответствии со ст. 252 Кодекса расходы должны одновременно удовлетворять трем критериям:

- расходы производятся с целью осуществления деятельности, направленной на получение дохода;
- расходы подтверждаются правильно оформленными первичными учетными документами;
- расходы являются экономически оправданными.

Согласно Письму Минфина России от 08.12.2006 №03-03-04/1/821 и Письму ФНС России от 21.04.2011 №КЕ-4-3/6494 экономический субъект вправе учитывать расходы для целей налогообложения как в период получения доходов, так и в период, когда организация доходов не получает, но при условии осуществления деятельности, направленной на получение экономической выгоды [2; 3].

В налоговом учете порядок признания расходов зависит от методики исчисления налоговой базы по налогу на прибыль. Существуют два метода (рис. 1).



Рисунок 1. Методы признания расходов согласно Налоговому кодексу РФ

Порядок признания расходов методом начисления указано в ст. 272 НК РФ. В частности, расходы организации фиксируются в том отчетном (налоговом) периоде, к которому они относятся, вне зависимости от времени фактической оплаты.

Налогоплательщики, применяющие метод начисления, должны подразделять свои расходы на прямые и косвенные. При этом порядок их учета должен быть закреплен в учетной политике организации.

Прямые расходы, относящиеся к незавершенному производству, нереализованной готовой продукции, не учитываются при расчете налога на прибыль. Таким образом, если экономический субъект не имел доходов в налоговом (отчетном) периоде, то списать прямые расходы у него не получится. Косвенные расходы, в отличие от прямых, не привязаны к выручке и учитываются в отчетном периоде в полном объеме. Можно сделать вывод, что у организации, не получившей в отчетном периоде доходов, может возникнуть убыток, равный сумме косвенных расходов.

Порядок признания расходов кассовым методом определен в ст. 273 НК РФ. Согласно указанной статье, расходами признаются затраты после их фактической оплаты. При этом нужно учитывать следующие особенности признания расходов:

- материальные расходы, расходы на оплату труда, проценты за пользование заемными средствами, оплата услуг третьих лиц учитываются в составе расходов в момент погашения задолженности путем списания денежных средств с расчетного счета или выдачи из кассы организации;

- расходы по приобретению сырья и материалов учитываются в составе расходов по мере списания данного сырья и материалов в производство;

- амортизационные отчисления признаются в составе расходов в суммах, начисленных за отчетный период;

- налоговые платежи и взносы учитываются в составе расходов в размере фактической уплаты [11, с. 45].

При превышении налогоплательщиком выручки от реализации в размере одного миллиона рублей за квартал, он обязан перейти на порядок признания доходов и расходов методом начисления.

По мнению Е.В. Оломской в связи с неограниченным многообразием и появлением новых видов деятельности и хозяйственных операций, у экономических субъектов нередко возникают проблемы с применением главы 25 НК РФ [13, с. 41]

Таким образом, можно сделать вывод, что признание понесенных расходов организации при отсутствии полученных доходов зависит от выбранного метода признания доходов и расходов. Для устранения проблем налогового учета расходов без получения доходов необходимо совершенствовать нормативную и законодательные базы, регулирующие налоговый учет доходов и расходов предприятия, совершенствовать их учет, разрабатывая внутренние регламенты экономического субъекта; регулировать методики налогового учета доходов и расходов.

Список используемых источников:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. 07.03.2018) // КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка.

2. Письмо Минфина России от 08.12.2006 №03-03-04/1/821 // КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка.

3. Письмо ФНС России от 21.04.2011 №КЕ-4-3/6494 // КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка.

4. Кувалдина, Т.Б. Затраты и расходы в учетной системе коммерческих организаций [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Бухгалтерский учет. – 2009. – № 13. – С. 70-73.

5. Кувалдина, Т.Б. Порядок отражения доходов и расходов в бухгалтерской отчетности согласно МСФО [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Аудиторские ведомости. – 2008. – № 8. – С. 64-71.

6. Кувалдина, Т.Б. Учет расходов на НИОКР [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Бухгалтерский учет. – 2014. – № 12. – С. 95-99.

7. Кувалдина, Т.Б. Аналитический учет расходов на продажу в торговых организациях [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Аудиторские ведомости. – 2004. – № 10. – С. 47-50.
8. Кувалдина, Т.Б. Учет расходов на маркетинговые исследования [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Бухгалтерский учет. – 2016. – № 2. – С. 139-143.
9. Кувалдина, Т.Б. Расходы на обеспечение нормальных условий труда: учет и налогообложение [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Бухгалтерский учет. – 2010. – № 5. – С. 41-48.
10. Кувалдина, Т.Б. Расходы, связанные с восстановлением основных средств [Текст] / Т.Б. Кувалдина // Аудиторские ведомости. – 2006. – № 7. – С. 35.
11. Митрофанова, И.А. Предпринимательство и налог на прибыль: условия резонансности интересов [Текст] / И.А. Митрофанова // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – №10. – С. 44-47.
12. Николаева, С.А. Доходы и расходы организации: практика, теория, перспективы [Текст] / С.А. Николаева. – М.: Аналитика пресс, 2000. – 208 с.
13. Оломская, Е.В. Основные противоречия в системе нормативного регулирования налогового учета и пути их преодоления [Текст] / Е.В. Оломская // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2014. – №1. – С. 36-45.

УДК 658.153

Сальный А.Г., Винникова И.Е.

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет
(г. Москва)

ПРИМЕНЕНИЕ ИМИТАЦИОННЫХ БАЛАНСОВЫХ МОДЕЛЕЙ В АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

***Аннотация.** В статье рассмотрен метод имитационного моделирования и возможность его применения для оценки финансового состояния предприятий автомобильного транспорта с учетом отраслевой специфики и условий неопределенности и риска. Авторами приведена разработанная имитационная модель, позволяющая не только анализировать деятельности автотранспортного предприятия, но и строить долгосрочные прогнозы.*

***Ключевые слова:** аналитическая имитационная модель; прогнозный анализ; анализ финансового состояния; экономико-математическое моделирование; информационная база анализа; финансовые показатели.*

Salnyi A.G., Vinnikova I.E.

Moscow automobile and road state technical university
(Moscow)

APPLICATION OF IMITATING BALANCE MODELS IN THE ANALYSIS OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE ENTERPRISES OF THE MOTOR TRANSPORT

***Abstract.** In article the method of imitating modeling and possibility of its application for an assessment of a financial condition of the enterprises of the motor transport taking into account branch specifics and conditions of uncertainty and risk is considered. Authors gave the developed imitating model allowing not only to analyze activity of the motor transportation enterprise, but also to build long-term forecasts.*

***Keywords:** analytical imitating model; expected analysis; analysis of a financial state; economic-mathematical modeling; information base of the analysis; financial performance.*

Современная методика анализа финансового состояния организации автомобильного транспорта основана на изучении финансовой отчетности и, прежде всего, бухгалтерского баланса.

Бухгалтерский баланс играет двойную роль в анализе финансового состояния. С одной стороны, он представляет собой систему взаимосвязанных финансовых показателей и потому служит основным источником информации для анализа финансового состояния на определенную дату. С другой стороны, бухгалтерский баланс может рассматриваться как модель финансового состояния, изучение которой будет способствовать выявлению тенденций изменений наиболее важных сторон финансового состояния и определения прогнозных направлений его совершенствования [5, с. 24; 6, с.13].

Учитывая отраслевые особенности автотранспортной деятельности, связанные со сложностью, многогранностью и динамичностью технологических процессов, методика практического применения анализа финансового состояния предприятий автотранспорта должна иметь широкие возможности использования в условиях неопределенности и риска [1, 52].

Метод имитационного особенно удобен тем, что сочетается с другими экономико-статистическими методами. Имитационное моделирование, применяемое как инструмент финансового анализа, позволяет исследовать структуру, функции, закономерности и проблемы конкретных явлений и процессов с помощью специальных расчетов параметров и оценки их влияния на результативные финансовые показатели.

Между тем, методика прогнозного анализа финансового состояния с применением имитационного моделирования недостаточно изучена и не нашла должного применения в отрасли.

Аналитическая имитационная модель - это система исходных данных и математических уравнений, переменные параметры которых характеризуют текущую, инвестиционную и финансовую деятельность организаций посредством взаимосвязанных и взаимообусловленных показателей с учетом временного периода [3, с. 20; 4, с.16].

При составлении экономико-математической модели в условиях неопределенности, то есть, когда нет точной информации о будущем движении денежных средств, определение величины необходимых параметров осуществляется с учетом вероятностных факторов и специальных методик.

Так как имитационное моделирование финансово-хозяйственной деятельности основано на сочетании формализованных методов и экспертных оценок специалистов, то для разработки долгосрочного прогноза необходимо привлекать специалистов от различных служб предприятия (коммерческой, планового отдела, бухгалтерии).

Аналитическая имитационная модель, применяемая для исследования финансового состояния, записывается в виде системы уравнений:

$$\begin{cases} f_1(\bar{X}_{t+\Delta t}, \bar{X}_t, \bar{C}_{t+\Delta t}, \bar{C}_t) = 0 \\ \dots \\ f_m(\bar{X}_{t+\Delta t}, \bar{X}_t, \bar{C}_{t+\Delta t}, \bar{C}_t) = 0 \end{cases}$$

где $C_{t+\Delta t} = (X_1(t), \dots, X_n(t))$ – система финансово-экономических показателей (или только балансовых показателей), значения которых определяются за анализируемый период времени;

$\bar{C}_{t+\Delta t} = (c_1(t), \dots, c_n(t))$ - система управляемых или прогнозируемых финансово-экономических показателей, выбор значений которых определяются в ходе принятия управленческих решений по результатам предшествующего периода.

Связи показателей в системе уравнений, задаваемые функциями, могут носить как детерминированный, так и стохастический характер, что соответственно придает в каждом из этих случаев определенную специфику методике применения имитационной модели при проведении финансового анализа.

Решение модели $X_{t+\Delta t}$ формируется в зависимости параметров $C_{t+\Delta t}$ выбираемых для момента $t+\Delta t$. Если при моделировании финансового состояния выбранная временная шкала дискретна, то Δt является постоянным шагом по времени, то есть $\Delta t = \text{const}$.

Для нахождения единственного решения модели необходимо, по крайней мере, чтобы число уравнений m было не меньше числа неизвестных n .

В общем виде модель будет иметь следующий вид:

$$\begin{cases} X_1(t + \Delta t) = \phi_1(\bar{X}_t, \bar{C}_{t+\Delta t}, \bar{C}_t) \\ \dots \\ X_n(t + \Delta t) = \phi_n(\bar{X}_t, \bar{C}_{t+\Delta t}, \bar{C}_t) \end{cases}$$

Таким образом, задаваемые параметры прогнозируемого и предшествующего моментов времени выступают в качестве независимых переменных, данные по которым используются для нахождения зависимых переменных.

Чувствительность имитационной модели состоит в изучении изменения зависимых переменных при варьировании значений независимых параметров для соответствующего момента времени и определяется по формуле:

$$\bar{X}_{t+\Delta t} + \delta\bar{X}_{t+\Delta t} = F(\bar{X}_t, \bar{C}_{t+\Delta t} + \delta\bar{C}_{t+\Delta t}, \bar{C}_t),$$

где $\delta\bar{X}_{t+\Delta t}$ - отклонение от исходного варианта решения в результате варьирования задаваемых параметров;

$\delta\bar{C}_{t+\Delta t}$ - отклонение от исходного варианта значений задаваемых параметров.

Различные наборы значений зависимых переменных, рассчитанные на основе различных предположений относительно уровней задаваемых параметров для прогнозируемого момента времени, отражают различные сценарии финансового состояния предприятия [2, с. 96].

Выбор оптимального варианта производится путем сравнения вариантов на основе каких-либо критериев. Например, при оценке платежеспособности предприятия в качестве возможных вариантов критериальной функции может рассматриваться динамика абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости и ликвидной за ряд временных периодов [7, с. 189].

Для более быстрых и удобных для конечного пользователя вычислений на основе аналитической имитационной модели производится разработка специализированного программного обеспечения с использованием библиотек математического моделирования.

Целью разработки данного программного обеспечения является предоставление конечному пользователю интуитивно понятного графического интерфейса для работы с имитационной моделью.

Разработка программного обеспечения включает в себя следующие этапы:

1. Структурированный анализ процессов.
2. Формализованное описание модели.
3. Реализация алгоритмов на языке программирования.
4. Калибровка параметров модели.
5. Экспериментальная апробация модели.

Очевидно, что имитационные балансовые модели финансового состояния автотранспортного предприятия позволяют:

1. В формализованном виде представить весь объем финансово-хозяйственной деятельности предприятий, включая перечень технологических процессов, в том числе сопутствующих основной деятельности автомобильного транспорта.

2. Построить модель и алгоритм оценки влияния хозяйственных операций на финансовое состояние предприятия.

3. Провести экономический анализ и количественно оценить неблагоприятные тенденции деятельности предприятия.

4. Указанный алгоритм может использоваться как для текущей оценки анализируемых бизнес-процессов и принятия управленческих решений, так и для перспективного развития автотранспортного предприятия.

Список используемых источников:

1. Анастасов, М.С. Факторы повышения эффективности управления инвестированием совместных инновационных проектов [Текст] / М.С. Анастасов // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2012. – № 6. – С. 51-54.

2. Анастасов, М.С. Методологические основы сбалансированного развития экономических систем [Текст] / М.С. Анастасов // Транспортное дело России. – 2013. – № 5. – С. 94-97.

3. Винникова, И.Е. Факторный анализ рентабельности капитала в оценке результативности бизнеса [Текст] / И.Е. Винникова, Н.С. Арутюнян // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. – 2015. – № 1 (3). – С. 20.

4. Винникова, И.Е. Оценка эффективности управления процессами авторециклинга методами анализа денежных потоков [Текст] / И.Е. Винникова // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. – 2016. – № 4 (10). – С. 16.

5. Жидкова, М.А. Новые подходы к оценке платежеспособности таксомоторных компаний [Текст] / М.А. Жидкова // Автотранспортное предприятие. – 2014. – № 12. – С. 23-25.

6. Жидкова, М.А. Управление и оптимизация структуры капитала предприятия / М.А. Жидкова, В.О. Рябошапка, А.О. Исаева // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. – 2017. – № 1 (11). – С. 13.

7. Шпилькина, Т.А., Жидкова, М.А., Политковская, И.В., Казицкая, Н.В., Рыбьякова, О.И. Роль цифровых технологий в стратегии развития страны – 2024 [Текст] / Т.А. Шпилькина, М.А. Жидкова, И.В. Политковская, Н.В. Казицкая, О.И. Рыбьякова // СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ, НАУКЕ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ: XI Международная конференция, IX Междунар. конкурс научных и научно-методич. работ: Сборник трудов / Ответ. редакторы и составители Т.В. Пирязева, В.В. Серов – М.: Изд-во «Спутник +», 2018. – С. 188–191

339.1

Федотова Е.О.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

МЕТОДИКА АНАЛИЗА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ: АВТОРСКИЙ ПОДХОД

Аннотация. Дебиторская задолженность является широко используемым финансовым инструментом, при эффективном управлении которым достигается стабильное развитие организации, поэтому в данной статье представлена авторская методика анализа дебиторской задолженности.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, методика, управление, анализ.

Fedotova E. O.

Financial University (Omsk)

THE METHODOLOGY OF ANALYSING ACCOUNTS RECEIVABLE: AUTHOR'S APPROACH

Abstract. Accounts receivable is a popular financial instrument. Effective management of this financial instrument will allow of the organization to steadily develop. Therefore, this article contains the author's methodology for analyzing receivable.

Keywords: receivables, methodology, management, analysis.

Российская экономика вот уже более трех десятков лет осуществляет свое развитие в условиях рыночных отношений. Поддержание динамичного развития организации в современных условиях требует стабильного увеличения объемов реализации, поэтому нередким случаем становится продажа товаров с отсрочкой платежа или в кредит. Подобная практика способствует образованию на балансе организации дебиторской задолженности, которая без должного контроля и управления приводит к дефициту оборотного капитала и в конечном итоге к неплатежеспособности.

По данным статистической отчетности за 2017 г., предоставленной Федеральным органом государственной статистики, наблюдается стабильное увеличение дебиторской задолженности

с 1995 г., то есть за все время статистических наблюдений [13]. Это означает, что частота использования данного финансового инструмента увеличивается с каждым годом.

Рассмотрим динамику дебиторской задолженности российских организаций за 2013-2017 г., которая представлена на рисунке 1 [13].

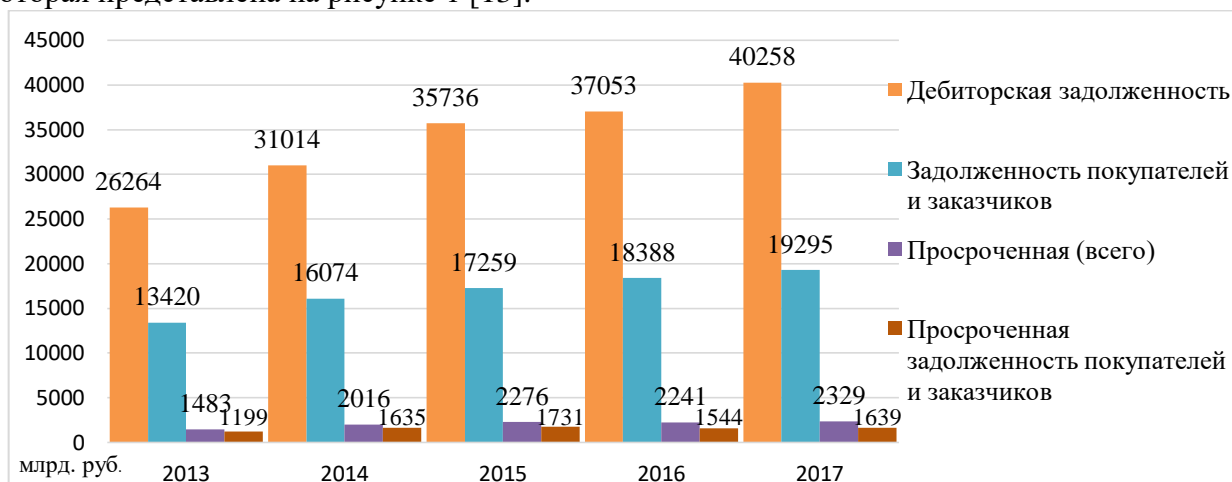


Рисунок 1. Динамика дебиторской задолженности (без субъектов малого предпринимательства) Российской Федерации на конец года за 2013-2017 г.

Наряду с увеличением объема дебиторской задолженности наблюдается также увеличение просроченной дебиторской задолженности, за исключением 2016 г. Наибольший удельный вес в общей величине дебиторской задолженности составляет задолженность покупателей и заказчиков, которая также имеет положительную динамику от года к году. Это означает, что организации используют малоэффективные средства контроля для управления исследуемым финансовым инструментом и методы отбора потенциальных покупателей. Несвоевременный и мало значимый контроль способствует переводу имеющейся дебиторской задолженности в разряд просроченной, а далее с большей вероятностью в разряд безнадежной. В этом и состоит актуальность данной работы, что организации должны иметь целый комплекс мероприятий, способствующих уменьшению неисполнения обязательств со стороны покупателей и заказчиков, так как они занимают наибольший удельный вес в общей величине дебиторской задолженности. Поэтому в данной статье предлагается авторская методика анализа дебиторской задолженности и способы управления ею.

Эффективная система управления дебиторской задолженностью во многом зависит от правильно понимания данной экономической категории. Изучив имеющиеся в экономической науке подходы к определению понятия «дебиторская задолженность» [7, 10, 13], сформулируем авторское мнение. Итак, дебиторская задолженность – это финансовый актив, величина которого отражает объем средств, отвлеченных из оборота организации на основании заключенного договора о предоставлении другим организациям и (или) физическим лицам товаров, работ или услуг.

Определившись с понятием дебиторской задолженности, приступим к рассмотрению методики анализа дебиторской задолженности, включающую следующие компоненты: цель, задачи и основные направления анализа дебиторской задолженности, конкретизированные в тридцати этапах, последний из которых содержит комплекс мероприятий по совершенствованию управления дебиторской задолженности.

Цель анализа дебиторской задолженности – это подготовка информации о состоянии дебиторской задолженности организации на основе проведенного комплексного анализа для принятия оптимальных управленческих решений и для выявления резервов повышения эффективности ее функционирования.

Задачи анализа дебиторской задолженности:

- комплексный анализ дебиторской задолженности [2];
- определение причин возникновения задолженности [2];

- разработка и осуществления мероприятий по укреплению платежной дисциплины [4];
- анализ и разработка политики предоставления кредита дебиторам [6];
- определение реальной стоимости дебиторской задолженности [6];
- осуществление операционного контроля за формированием дебиторской задолженностью и за её преобразованием в сомнительную или просроченную;
- прогнозирование инкассации дебиторской задолженности [6].

Далее рассмотрим этапы анализа дебиторской задолженности.

Первый этап включает в себя анализ общей динамики дебиторской задолженности на начало и конец анализируемого периода, в частности, темп роста (снижения) её средней суммы сопоставляются с темпом роста (снижения) объемов реализации продукции и средней суммы всех активов, а также изучается динамика удельного веса дебиторской задолженности в общей сумме оборотных активов организации [12, с.117].

На втором этапе дебиторская задолженность делится на краткосрочную и долгосрочную, нормальную и просроченную, а также по объектам возникновения задолженности. Полученные результаты изменения каждого вида дебиторской задолженности сопоставляются с темпами роста (снижения) объема производства реализации продукции. Также на этом этапе анализируется структура каждого вида дебиторской задолженности в их общей сумме [12, с. 117]. Рассчитав эти показатели, необходимо выяснить причины, повлиявшие на данные изменения.

На третьем этапе проводится анализ иммобилизации средств в дебиторскую задолженность, то есть определяются суммы, которые иммобилизуются (отвлекаются) в дебиторскую задолженность с учетом других важнейших показателей организации. На данном этапе рассчитываются коэффициент иммобилизации капитала, который определяется путем соотношения суммы дебиторской задолженности к валюте баланса, и коэффициент иммобилизации оборотных средств, который можно найти, разделив дебиторскую задолженность на величину оборотных активов [12, с. 118]. Увеличение данных показателей свидетельствует о росте денежных средств, отвлеченных из оборота организации.

Четвертый этап включает в себя нахождение оборачиваемости дебиторской задолженности, рассчитанной путем деления выручки на среднегодовую сумму дебиторской задолженности. Также анализируется продолжительность дней в среднем, необходимых для погашения дебиторской задолженности. Для этой цели рассчитывается показатель продолжительности периода оборота дебиторской задолженности, который определяется путем умножения оборачиваемости дебиторской задолженности на 365 дней. Рассчитанные показатели сопоставляются с показателями предыдущих анализируемых периодов, со среднеотраслевыми значениями и другими [8]. Анализируя показатель оборачиваемости дебиторской задолженности, необходимо сравнить это значение с оборачиваемостью кредиторской задолженности, которая находится путем деления выручки на среднегодовую сумму кредиторской задолженности.

Пятый этап предусматривает оценку эффективности инвестиций в дебиторскую задолженность через расчет коэффициента рентабельности дебиторской задолженности, который находится по следующей формуле [12, с. 120]:

$$P_{дз} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Среднегодовая сумма дебиторской задолженности}} \times 100\% \quad (1)$$

Данное соотношение даст возможность проанализировать какова отдача чистой прибыли на 1 рубль, инвестированный в дебиторскую задолженность [12, с. 120].

Также эффективность вложений в дебиторскую задолженность можно определить через расчет коэффициента валовой рентабельности дебиторской задолженности [12, с. 120]:

$$BP_{дз} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Среднегодовая сумма дебиторской задолженности}} \times 100\% \quad (2)$$

Ценность этого показателя состоит в том, что он может быть сопоставлен со средневзвешенной величиной капитала (WACC). Если валовая рентабельность дебиторской задолженности больше средневзвешенной величины капитала, то вложения в дебиторскую задолженность являются обоснованными [12, с. 121].

На шестом этапе анализируется качество и ликвидность дебиторской задолженности, а также обобщается характеристика её портфеля. Рассчитывается доля резерва по сомнительным

долгам, которая определяется путем деления величины резерва по сомнительным долгам на общую сумму дебиторской задолженности. Определяется удельный вес векселей в общей сумме дебиторской задолженности, который находится путем деления векселей к получению на сумму краткосрочной дебиторской задолженности. А также рассчитываются потери в доходах, которые находятся путем вычитания дебиторской задолженности из дебиторской задолженности с учетом инфляции. В свою очередь последнее находится [3]:

$$ДЗ_{инфл} = \frac{\text{Дебиторская задолженность}}{(1+h)^n}, \quad (3)$$

где: h – среднемесячный темп инфляции,
 n – число месяцев задержки оплаты.

Последующие этапы анализа дебиторской задолженности проводятся для более углубленного её изучения.

На седьмом этапе анализируется чистая реализационная стоимость дебиторской задолженности, которая определяется путем уменьшения текущей дебиторской задолженности за товары, работы, услуги на сумму резерва по сомнительным долгам. Данный показатель находится для того, чтобы определить величину дебиторской задолженности, в отношении которой отсутствуют сомнения в её погашении [12, с. 121].

На восьмом этапе оценивается уровень дебиторской задолженности покупателей и его динамика. С этой целью производится расчет коэффициента отвлечения оборотных активов в текущую дебиторскую задолженность за товары, работы, услуги, который рассчитывается по следующей формуле [12, с. 122]:

$$КО_{тдз} = \frac{\text{Сумма тДЗ} + \text{сумма ЧРС}_{дз} + \text{сумма РСД}}{\text{Сумма оборотных активов}}, \quad (4)$$

где: $тДЗ$ – текущая дебиторская задолженность покупателей и заказчиков;

$ЧРС_{дз}$ – чистая реализационная стоимость дебиторской задолженности;

$РСД$ – резерв сомнительных долгов,

и коэффициента возможной инкассации текущей дебиторской задолженности за товары, работы, услуги [12, с. 122]:

$$КВИ_{тдз} = \frac{\text{Сумма тДЗ} + \text{сумма ЧРС}_{дз}}{\text{Сумма тДЗ} + \text{сумма ЧРС}_{дз} + \text{сумма РСД}} \quad (5)$$

На девятом этапе рассчитывается средний период инкассации дебиторской задолженности, который определяется по следующей формуле [12, с. 122]:

$$СПИ = \frac{\text{Средняя сумма тДЗ, оформленная векселем} + \text{ЧРС}_{дз}}{\text{Сумма дневного оборота по реализации продукции в рассматриваемом периоде}} \quad (6)$$

На десятом этапе оценивается состав дебиторской задолженности организации по отдельным предусмотренным срокам её инкассации [12, с. 122].

На одиннадцатом этапе рассчитывается сумма эффекта, полученного от инвестирования средств в дебиторскую задолженность, которая находится по формуле, представленной ниже [12, с. 122]:

$$СЭ_{дз} = П_{дз} - ТЗ_{дз} - ПП_{дз}, \quad (7)$$

где: $П_{дз}$ – дополнительная прибыль организации, полученная от увеличения объема реализации продукции за счет предоставления кредита;

$ТЗ_{дз}$ – текущие затраты организации, связанные с проведением кредитования покупателей и инкассацией долга;

$ПП_{дз}$ – сумма прямых финансовых потерь от невозврата долга покупателями.

На двенадцатом этапе необходимо рассчитать возможную сумму оборотного капитала, которая может быть направлена в дебиторскую задолженность по коммерческому кредиту. Она определяется следующим образом [12, с. 123].:

$$ВСОК_{дз} = \frac{ОРк \times К_{сс/ц} (\text{ППК}_{к.ср} + \text{ПП}_{ср})}{365}, \quad (8)$$

где: $ОРк$ – планируемый объем реализации продукции в кредит;

$К_{сс/ц}$ – коэффициент соотношения себестоимости и цены продукции, выраженный десятичной дробью;

$ППК_{к.ср}$ – средний период предоставления кредита покупателям в днях;

ПП_{ср} – средний период просрочки платежей по предоставленному кредиту, в днях, который определяется по результатам анализа текущей дебиторской задолженности в предыдущем периоде.

Заключительным этапом анализа дебиторской задолженности является разработка методов управления ею. Такими методами могут быть:

1. Осуществление предварительной работы, то есть определение платежеспособности и деловой репутации потенциальных дебиторов до отгрузки товаров, выполнения работ и оказания услуг, [14].

2. Выбор и обоснование рациональных форм расчетов с поставщиками и покупателями. Например, предоставление скидок покупателям за сокращение сроков погашения задолженности, оформление сделки с покупателями коммерческим векселем с получением определенного процента за отсрочку платежа, отпуск товаров покупателям на условиях предоплаты, введение штрафных санкций за просрочку платежа [11], определение оптимальных условий кредитования [9]

3. Проведение регулярного мониторинга дебиторов с учетом сроков погашения задолженности и разработка эффективной системы предъявления претензий [14].

4. Повышение качества и эффективности работы претензионной и правовой службы организации [14]

5. Запрашивание актов сверки для подтверждения имеющейся дебиторской задолженности [5].

6. Контроль за соотношением уровней кредиторской и дебиторской задолженности [9, с. 136].

7. Продажа дебиторской задолженности по договору цессия.

А для более крупных организаций, помимо выше перечисленных способов управления, подойдут также и следующие, которые являются более надежными:

8. Использование механизма факторинга [11].

9. Преимущественное сотрудничество с теми крупными покупателями и заказчиками, которые имеют банковские гарантии или поручительство.

10. Установление кредитных лимитов, по достижении которого будет прекращаться поставка товаров данному покупателю или заказчику.

11. Страхование дебиторской задолженности.

Как видим, на сегодняшний момент существует множество способов управления дебиторской задолженностью. Организациям лишь остаётся выбрать более подходящий вариант управления и тогда при грамотном использовании такого финансового инструмента, как дебиторская задолженность, может принести не только дополнительный доход в виде процентов от отсрочки платежа или коммерческого кредита, но и позволит стабильно развиваться и быть конкурентоспособным в условиях рыночной экономики. Поэтому необходимо на постоянной основе осуществлять анализ и совершенствовать систему управления дебиторской задолженности для того, чтобы уменьшить её величину, и, как следствие, укрепить финансовое состояние организации.

Список используемых источников:

1. Динамика дебиторской задолженности организаций (без субъектов малого предпринимательства) Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/finans/dindz.htm свободный.

2. Александров, О. А. Экономический анализ : учеб. пособие [Текст] / О. А. Александров. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 179 с.

3. Вахрушина, М.А. Анализ финансовой отчетности: Учебник [Текст] / М.А. Вахрушина, Н.С. Пласкова. – М.: Вузовский учебник, 2019. – 367 с.

4. Ващенко, Л. А. Аналитическое обоснование потенциала управления дебиторской задолженностью предприятия [Электронный ресурс] / Л. А. Ващенко, И. В. Гречина. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru> свободный.

5. Кобелева, С.В. Дебиторская задолженность: возникновение, анализ и управление [Электронный ресурс] / и С. В. Кобелева, О. Ю. Конова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/debitorskaya-zadolzhennost-vozniknovenie-analiz-i-upravlenie>
6. Мелихова, Л. А. Анализ финансовой отчетности : учебное пособие [Текст] / Л. А. Мелихова, И. А. Пономарченко. – Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский ГАУ, 2015. – 128 с.
7. Мормуль, Н. Ф. Системный подход к управлению дебиторской задолженностью [Электронный ресурс] / Н. Ф. Мормуль, С. А. Еникеева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-k-upravleniyu-debitorskoy-zadolzhennostyu>, свободный.
8. Науменко Т. С. Основные этапы комплексного анализа дебиторской задолженности [Электронный ресурс] / Т. С. Науменко. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-etapy-kompleksnogo-analiza-debitorskoy-zadolzhennosti> свободный.
9. Плотникова, А. Р. Методика проведения анализа дебиторской задолженности организации [Текст] / А. Р. Плотникова, А. А. Зорина, В. С. Конова. - ЧОУ ВО Южный институт менеджмента, №1-1, 2016. Страницы: 135-137.
10. Подходы к трактовке понятия «дебиторская задолженность» в работах отечественных и зарубежных авторов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberpedia.su/15x8548.html> свободный.
11. Савицкая, Г. В. Экономический анализ [Текст] / Г.В. Савицкая. — 14-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2017. — 649 с.
12. Сутягин, В.Ю. Дебиторская задолженность: учет, анализ, оценка и управление [Текст] / В.Ю.Сутягин, М.В.Беспалов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 216 с.
13. Тагирова, Д. В. Подходы к определению дебиторской задолженности. [Текст] / Д. В. Тагиров // Материалы IV Международной научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов и аспирантов. – ООО "Аэтерна" (Уфа), – 2017. – 257-259.
14. Фридман, А. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник [Текст] / А.М. Фридман. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 264 с.

УДК 657.622

Филимонова К.В.

Омский государственный университет путей сообщения (г. Омск)

АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ НАЛОГОВЫХ КОНТРОЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье рассматривается анализ финансово-хозяйственной деятельности организаций при проведении налоговых контрольных мероприятий. Автором раскрывается проведение налоговых контрольных мероприятий посредством разработки действенной системы показателей анализа финансово-хозяйственной деятельности компаний налогоплательщиков. Сделан вывод, что комплексный подход позволяет осуществлять как контрольные функции, так и анализировать финансово-хозяйственную деятельность предприятия в целом.

Ключевые слова: анализ финансово-хозяйственной деятельности, налоговый контроль, платежеспособность, ликвидность, предпроверочный анализ, финансовая устойчивость, деловая активность

Filimonova, K. V.

Omsk State Transport University (Omsk)

ANALYSIS OF FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITIES OF ORGANIZATIONS DURING TAX CONTROL MEASURES

Abstract. The article deals with the analysis of financial and economic activities of organizations during tax control measures. The author reveals the improvement of the mechanism of tax control measures through the development of an effective system of indicators for the analysis of financial and economic activities of taxpayers.

Keywords: analysis of financial and economic activities, tax control, solvency, liquidity, pre-verification analysis, financial stability, business activity

На сегодняшний день анализ финансово-хозяйственной деятельности организации имеет большое значение для любого предприятия, работающего в современных условиях рыночной экономики. Он дает возможность получить объективную информацию о реальном финансовом состоянии организации, эффективности ее работы и прибыльности. Анализ финансового состояния позволяет для налоговых органов повысить контроль над платежами организации налогоплательщиков в бюджет и одновременно представить обоснованные рекомендации в отношении компании по направлениям его проверок. Проблемам проведения контрольных налоговых мероприятий при анализе финансово-хозяйственной деятельности посвящены труды российских ученых, таких как: Е.Н. Егорова [3], М.С. Минвалиева [4], Е.В. Ордынская [5], Т.В. Ползнова, А.А. Софьин и А.Н. Софьин [6] и др.

Актуальность исследования обусловлена тем, что одним из направлений повышения качества результатов проведения налоговых контрольных мероприятий, уменьшения трудоемкости и материальных затрат на осуществление проверки является совершенствование процедур предпроверочного анализа финансово-хозяйственной деятельности компании налогоплательщика.

При проведении контрольных налоговых мероприятий используется предпроверочный анализ. Текущий анализ, безусловно, играет важную роль в системе налогового контроля (рисунок 1).

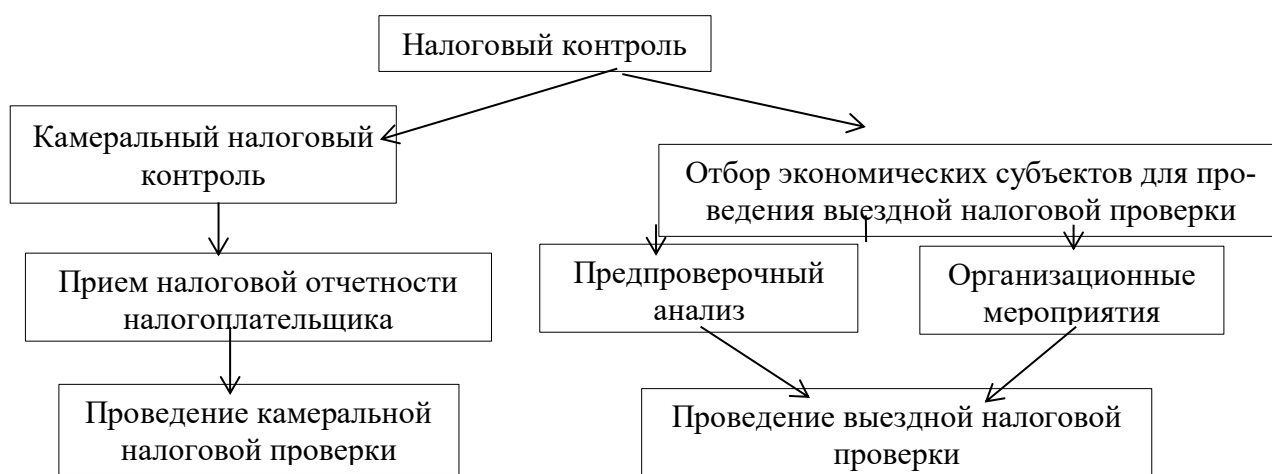


Рисунок 1. Предпроверочный анализ в системе налоговых контрольных мероприятий [4].

Е.Н. Егорова пишет, что «под предпроверочным анализом понимается комплекс мероприятий, которые направлены на сбор, изучение и анализ внутренней и внешней информации о налогоплательщике» [3].

Главной целью предпроверочного анализа является разработка оптимальной стратегии налоговой проверки, а задачей – выявление нарушений законодательства о налогах и сборах, которые исследуются в ходе проведения налоговых контрольных мероприятий.

Для предпроверочного анализа необходимо сформировать систему комплексных аналитических показателей, которые характеризуют за проверяемый период основные итоги деятельности организации. Для осуществления данной задачи необходимо провести анализ финансового состояния компании.

В современном мире предложено много различных методик анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий, которые используются аналитиками для решения поставленных перед ними задач.

Классическая и наиболее распространенная методика анализа, которая используется многими хозяйствующими субъектами, осуществляется в соответствии с Приказом Минэкономразвития РФ от 21.04.2006 № 104. В рассматриваемой методике анализируются показатели бухгалтерской отчетности, и оценивается финансовое состояние предприятия, а именно:

- анализ структуры бухгалтерского баланса;
- анализ движения денежных средств, в ходе которого определяется в каком объеме и из каких источников были получены поступившие денежные средства;
- анализ финансовой устойчивости;
- анализ показателей платежеспособности и ликвидности;
- анализ динамики финансовых результатов;
- производится анализ динамики сумм, исчисленных и уплаченных налоговых платежей (изменения сумм исчисленных налогов, своевременности и полноты уплаты, причин неуплат);
- анализ динамики показателей финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика (рассчитывается налоговая нагрузка, среднемесячная заработная плата на одного работника, уровни рентабельности, доля вычетов по НДС, соотношение доходов и расходов и темпов их роста) и др.

Наиболее непростым моментом проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности может быть выявление «проблемных» статей бухгалтерской отчетности, которые позволяют сделать предположения о наличии возможных нарушений налогового законодательства. К таким статьям можно отнести: непокрытый убыток прошлых лет, непокрытый убыток отчетного периода, не погашенный в установленный срок кредиты и займы и т.д.

Таким образом, проведенное исследование позволило сделать вывод, что комплексные подходы к проведению предпроверочного анализа позволяют выработать качественную информационную базу контрольных налоговых мероприятий, которые в свою очередь способствуют повышению результативности. Реализация такого подхода будет способствовать выявлению сокрытой налоговой базы, а также тех предпринимателей, которые не уплачивают законно установленные налоги и сборы.

Список используемых источников:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: утв. Приказом Министерства Финансов Российской Федерации от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ.
2. Приказ Минэкономразвития РФ «Об утверждении Методики проведения Федеральной налоговой службой учета и анализа финансового состояния и платежеспособности стратегических предприятий и организаций» от 21 апреля 2006 г. № 104.
3. Егорова, Е.Н. Совершенствование проведения предпроверочного анализа в целях увеличения результативности выездных налоговых проверок [Текст] / Е.Н. Егорова, Д.А. Савин // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 26 (164) – С. 39-44.
4. Кувалдина, Т.Б. Бухгалтерская (финансовая) отчетность как информационная база для анализа долговой нагрузки компании [Текст] / Т.Б. Кувалдина, а.Н. Задорожная // Инновационная экономика и общество. – 2015. – № 3 (9). – С. 37-46.
5. Минвалиева, М.С. Налоговый мониторинг для проведения предпроверочного анализа финансово-хозяйственной деятельности организации [Текст] / М.С. Минвалиева // Экономика, управление и право: инновационное решение проблем. – 2016. – С. 47-51.
6. Ордынская, Е.В. Приоритетные направления совершенствования методики подготовки и проведения предпроверочного анализа налоговыми органами [Текст] / Е.В. Ордынская // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – № 7 (100) – С. 51-63.
7. Ползанова, Т.В. Предпроверочный анализ налогоплательщиков при планировании выездных налоговых проверок [Текст] / Т.В. Ползанова, А.А. Софьин, Н.А. Софьин // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 6 – С. 548-558.

РАСЧЕТЫ ПО АККРЕДИТИВАМ. УЧЕТ И ПОРЯДОК. РАСХОДЫ

Аннотация. В статье исследуется порядок учета расчетов посредством аккредитивов, отражаются преимущества и недостатки использования аккредитивной формы расчета, отражаются расходы по ведению аккредитивов.

Ключевые слова: аккредитив, учет, расход, реквизиты, порядок расчетов.

Kharchenko Yu.E.
Financial University (Omsk)

CALCULATIONS ON THE LETTERS OF CREDIT. ACCOUNTING AND ORDER. EXPENSES.

Abstract. The article analyzes the procedure of accounting for payments by means of letters of credit, reflects the advantages and disadvantages of using the letter of credit, reflects the costs of maintaining letters of credit.

Keywords: letter of credit, accounting, expense, details, payment procedure.

Зачастую в организациях совершаются различные сделки и операции, которые предполагают внесение предоплаты, но с совершением данных действий появляются риски невыполнения условий по договору. В целях предотвращения возможных потерь и убытков экономические субъекты используют так называемый финансовый инструмент, то есть денежное обязательство, предлагаемое банками для целей контроля расчетов между поставщиками и покупателями. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что многие организации в современном мире все чаще применяют данную форму расчетов для страхования своих рисков от потерь. Данный финансовый инструмент широко применяется в имущественном обороте, поэтому форма расчетов посредством аккредитивов является востребованной на нынешний день. Но для корректного бухгалтерского и налогового учета на предприятии, каждому бухгалтеру необходимо знать правила расчетов по аккредитивам и исчисления налогов. Цель данной работы заключается в изучении порядка учета расчетов посредством аккредитивов, обобщении и систематизации информации о расходах организации за ведение аккредитива и налогообложения.

В соответствии с 1 п. ст.867 ГК РФ, сущность расчетов по аккредитивам заключается в том, что банк-эмитент, по поручению плательщика, несет обязательство перед получателем средств произвести платежи (акцептировать) и осуществить оплату переводного векселя, который выставлен получателем средств или же совершить иные действия по исполнению обязательства, в соответствии с условиями, предусмотренными аккредитивом. Также банк-эмитент может уполномочить другой банк (банк-исполнитель) произвести расчеты по аккредитиву. При этом банк-исполнитель может: дать согласие на проведение операции и отказаться. Банком-исполнителем может быть: банк-эмитент, банк получателя средств и какой-либо иной банк.[1,п.2,ст.867]. Аккредитив может быть открыт банком-эмитентом на основании заявления плательщика. Форма аккредитива и реквизиты устанавливаются банком в соответствии с Положением № 383-П [2,п.6.7] Действительно, реквизиты документа- это его сила, не имея хотя бы одного из них документ признается недействительным. Поэтому так важно указание определенной информации на аккредитиве. Обязательные реквизиты аккредитива[2,3 п.6.7] номер и дата аккредитива; сумма аккредитива; реквизиты плательщика; реквизиты банка-эмитента; реквизиты получателя средств; реквизиты исполняющего банка; вид аккредитива; срок действия аккредитива; способ исполнения аккредитива; Конечно, может быть указана и иная информация, в соответствии от условий сделки

Как и любой финансовый инструмент, аккредитив имеет свои плюсы и минусы использования. Так главным достоинством аккредитивной формы расчетов является безопасность. Она означает гарантированность платежа со стороны покупателя перед продавцом, а также соблюдение условий сделки (качество товара, сроки поставки и др.) [4, с 34]. Банк является гарантом платежа, что помогает двум сторонам сделки минимизировать свои риски неисполнения договора (либо условий договора). Недостатками использования аккредитивов является сложный документооборот, который тяжело осваивают организации, и высокие комиссионные вознаграждения, которые перечисляются банкам за проведение операций. [4, с.35]

Существуют несколько видов аккредитивов: 1) покрытый и непокрытый; 2) отзывный и безотзывный; 3) подтвержденный; 4) переводной. Итак, отзывный аккредитив [1, ст.868] может быть изменен или совершенно отменен от имени плательщика через банк-эмитент. Безотзывный аккредитив не предусматривает данные возможности. [1, ст.869]. Подтвержденным аккредитивом называется безотзывный аккредитив, который подтверждается по просьбе банка-эмитента другим банком, в ходе чего подтверждающий банк становится обязанным перед бенефициаром [1, ст.870]. С 01.06.2018 в ГК РФ упоминается трансферабельный аккредитив или переводной. В соответствии с ГК РФ [1, ст.870.1.], переводным аккредитивом называют аккредитив, исполнение которого осуществляется лицу, указанному получателем средств.

Сами расчеты посредством аккредитива происходят по алгоритму, указанному на 1 рисунке. Закрытие аккредитива происходит [1, ст.873] либо по истечении срока действия аккредитива, либо при полном исполнении аккредитива, также может быть по заявлению получателя средств об отказе от использования аккредитива или по заявлению плательщика об отмене или отзыве аккредитива.

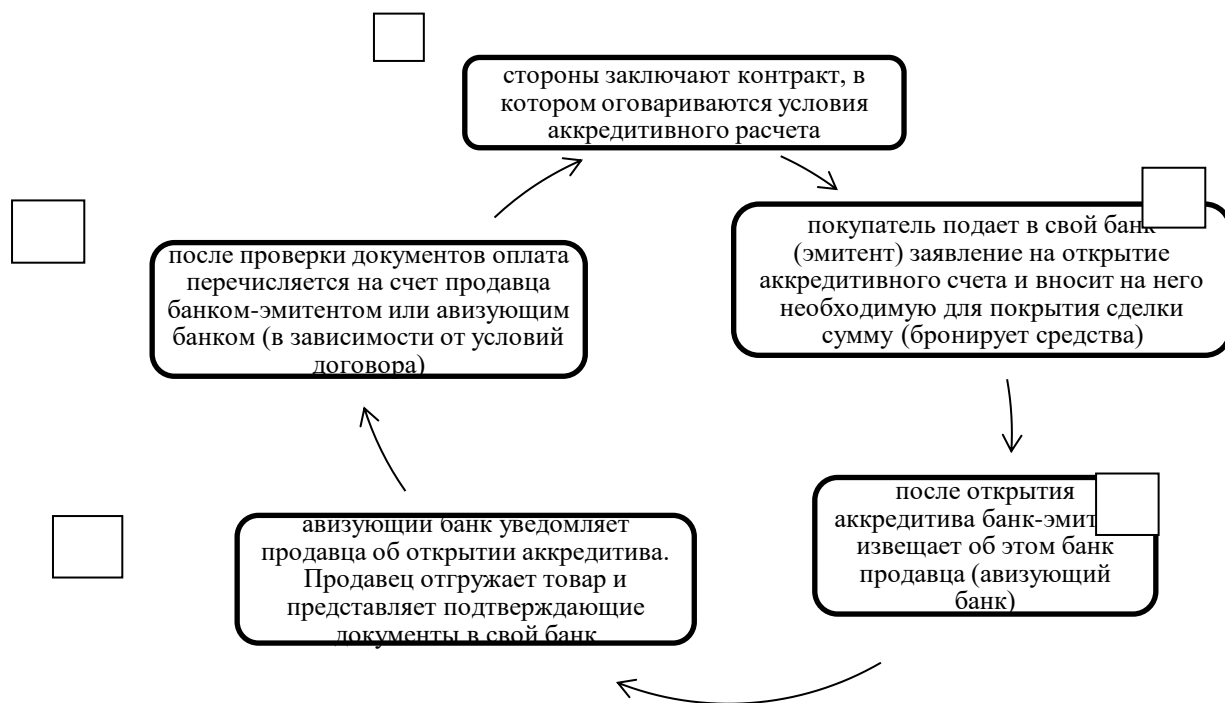


Рисунок 1. Алгоритм расчетов посредством аккредитивов.

В зависимости от того каким является аккредитив - покрытый либо непокрытый осуществляется бухгалтерский учет. Поэтому каждому бухгалтеру необходимо знать - открытие покрытого (депонированного) аккредитива является свидетельством того, что банк-эмитент должен перечислить сумму аккредитива (средства плательщика либо предоставленный ему кредит в распоряжении исполняющего банка) на весь срок действия обязательства банка-эмитента [1, п.3ст.867]. При открытии непокрытого (гарантированного) аккредитива банк-эмитент может предоставить банку исполнителю право списывать средства со счета банка-эмитента, открытого

в исполняющем банке, в пределах суммы аккредитива[1,п.3.ст.867]. В бухгалтерском учете из-за этого существует различия в отражении данных видов аккредитивов.

Учет депонированного аккредитива. Для учета покрытого аккредитива организация, которая является покупателем, ведет счет 55 «Специальные счета в банках», при этом открывается субсчет «Аккредитивы» 55-1. При этом комиссия банка (плата за нее) включается в состав прочих расходов организации (п.11, 14.1 ПБУ 10/99), но бывает ее включают стоимость приобретенных активов (п.8 ПБУ 6/01, п.6 ПБУ 5/01). Расчеты посредством аккредитива являются банковскими операциями, поэтому комиссия банка не облагается НДС [подп.3.п.3.ст.149 НК РФ]. Для того, чтобы наглядно продемонстрировать порядок учета депонированного аккредитива обратимся к примеру.[5]

Условия договора . 11.02.2019 компания «Смарт» заключила договор с организацией «Стройхол» договор на поставку строительных материалов стоимостью 525000 рублей (в том числе 87500 рублей НДС). Расчеты по договоренности ведутся посредством аккредитива. Аккредитив открыт 13.02.2019. Компания «Смарт» является заказчиком, она перечисляет средства с расчетного счета на аккредитив. Комиссия за пользование услугами банка составила – 3000 рублей. «Смарт» принимает материалы 15.02.2019, предъявлен счет-фактура. Аккредитив исполнен 18.02.2019.

Итак, в бухгалтерском учете проводки продемонстрированы в таблице 1.

Таблица 1. *Расчеты посредством покрытого аккредитива. (В учете «Смарт»-заказчика)*

<i>Содержание операции</i>	<i>Дебет</i>	<i>Кредит</i>	<i>Сумма (рублей)</i>
13.02.2019: Открыт депонированный аккредитив за счет собственных средств	55.1	51	525000
Оплачены услуги банка за открытие аккредитива	76	51	3000
Комиссия банка включена в состав прочих расходов организации	91.2	76	3000
15.02.2019: Приняты к учету строительные материалы	10	60	437500
Отражен НДС, предъявленный поставщиком	19	60	87500
Принят к вычету НДС	68	19	87500
18.02.2019: Произведена оплата материалов посредством аккредитива(исполнен аккредитив)	60	55.1	525000

Учет гарантированного аккредитива. Для учета непокрытого аккредитива открывается забалансовый счет 009. Это вызвано тем, что при открытии гарантированного аккредитива до его исполнении на банковских счетах организации, которая является покупателем, т.е. плательщиком, не происходит движения денежных средств. Расходы на вознаграждение банка включаются в состав прочих расходов организации(п.11, 14.1 ПБУ 10/99), либо в стоимость приобретенных активов (п.8 ПБУ 6/01, п.6 ПБУ 5/01).

Используя условия договора, данные выше, продемонстрируем учет операций, произведенных посредством непокрытого аккредитива в бухгалтерском учете заказчика и поставщика. (таблица 2)

Таблица 2 . Расчеты посредством непокрытого аккредитива.

В учете :	Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма (рублей)
заказчика	13.02.2019: Открыт гарантированный аккредитив	009	-	525000
	Оплачены услуги банка за открытие аккредитива	76	51	3000
	Комиссия банка включена в состав прочих расходов организации	91.2	76	3000
	15.02.2019: Приняты к учету строительные материалы	10	60	437500
	Отражен НДС, предъявленный поставщиком	19	60	87500
	Принят к вычету НДС	68	19	87500
	18.02.2019: Произведена оплата материалов посредством аккредитива (исполнен аккредитив)	-	009	525000
поставщика	13.02.2019: Отражено получение обеспечения обязательства посредством непокрытого аккредитива	008	-	525000
	15.02.2019: Отражена выручка от продажи материалов	62	91.1	437500
	Списана себестоимость материалов	91.2	10	200000
	Отражена сумма НДС по сделки купли-продажи	91.2	68	87500
	Отражена выручка от продажи материалов	91.09	99	150000
	18.02.2019: Списано обеспечение	-	008	525000

Банковские комиссии. Расходы на открытие аккредитива могут уменьшать базу по налогу на прибыль организации одним из способов, который принят: -прочие расходы пп. 25 п. 1 ст. 264 НК РФ или – внереализационные расходы пп. 15 п. 1 ст. 265 НК РФ [5].

Уплата налогов, сборов и страховых взносов с посредством аккредитивов. Минфин России в Письме от 05.05.2017 N 03-02-08/27809 отмечает, что НК РФ не предусмотрена уплата налогов, сборов и страховых взносов в бюджетную систему РФ с использованием расчетов по аккредитивам. В силу п. 3 ст. 2 ГК РФ гражданское законодательство к налоговым отношениям не применяется.

Итак, аккредитив, как форма расчетов, является удобным инструментом для применения его организацией, желающей застраховать свои риски. Чаще всего данный финансовый инструмент применяют при совершении крупных операций с оборотом большого количества денежных средств. Так как нецелесообразно и затруднительно рассчитываться посредством аккредитивов при совершении незначительных для фирмы операций, но безопасно. В бухгалтерском учете отражение операций связанных сданным видом расчетов учитываются в зависимости от вида аккредитива (депонированный /гарантированный). Но никаких сложностей в учете не должно быть. Расходы по аккредитиву - это лишь банковская комиссия. На наш взгляд, аккредитивы в современном и непостоянном мире, развивающейся экономике будут еще долго востребованы в качестве надежного инструмента платежа.

Список используемых источников:

- 1) "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26 января 1996. № 14-ФЗ// Правовой сайт КонсультантПлюс
- 2) «Положение о правилах осуществления перевода денежных средств» от 19 июня 2012. № 383-П.//Правовой сайт КонсультантПлюс
- 3) Указание Банка России "О внесении изменений в Положение Банка России от 19 июня 2012 года N 383-П "О правилах осуществления перевода денежных средств"от 11 октября.2018. № 4930-У// Правовой сайт КонсультантПлюс
- 4) Никонов П.А. Учет расчетов посредством аккредитивов[Текст]/П.А.Никонов// «Бухгалтерский учет» -2017.-№12.-С.33-36.
- 5) Арбатская О.В. Расходы при организации расчетов посредством аккредитивов [Электронный ресурс] /О.В. Арбатская// «Налог на прибыль: учет доходов и расходов» -2018. -№9.-

Режим доступа:
<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PBI&n=239821#010823110998333596>
, открытый.

б) Семенихин В.В. Безналичные расчеты. [Электронный ресурс] /В.В.Семенихин// «ГроссМедиа», «РОСБУХ» -2018. –Режим доступа: /www.consultant.ru, открытый.

**LEXICAL FEATURES OF POLITICAL DISCOURSE IN ENGLISH LANGUAGE:
PROBLEMS OF VERBAL COMMUNICATION IN THE SPHERE OF INTERNATIONAL
COOPERATION OF MODERN POLITICIANS AND EXPERTS IN THE FIELD OF PUB-
LIC ADMINISTRATION**

Abstract. *The article is devoted to the lexical features of social and political discourse in English language. The questions of terminological systems and terminology in the field of social and political vocabulary of the English language are considered. The author highlights the problems of intercultural communication in the field of international cooperation that appear in connection with the lexical features of the article. Political leaders and experts in the field of public administration pay special attention to the use of social and political vocabulary. Provides specific sayings in confirmation of the reasoning.*

Key words. *Terminology, term systems, social and political discourse, aphorisms, concepts, language units, intercultural communication.*

The problems of intercultural communication have reduced by scientists to the study of a foreign language for quite a long time. The question of the language component of intercultural communication is quite relevant today. "Knowledge of foreign languages is a very important aspect of modern life today. This is and education, and career, and recreation. Huge amount of interesting and useful information you can learn knowing foreign languages. Knowledge of English nowadays is not just a good tone but a necessity because without the simplest information about English words, it is difficult to understand advertising, understand the television program, and just read the text covering events in economics, finance, science" [6, p. 169]. Language is considered one of the most important categories of culture, it is the language that determines the transmission of information of all kinds and different content. At the same time, language can be called as barrier for a person who does not know the language system.

In practice of public speaking a substantial part of messages plays a huge role in creating an atmosphere of trust and building of positive public relations. That is why specialists of public relations organizations devote a lot of time to the preparation of articles, press releases, writing speeches.

It is necessary to see the difference between text and verbal communication. The text has its own structure, different from the others. Verbal communication affects the audience not only through the content of the message, but also through other elements (timbre, volume, tone, charisma, etc.).

In addition to the voice features in the formation of verbal communication, the correlation of the positions of listeners and the speaker, the distance between them is of great importance. Knowledge of such details is of particular importance in the construction of verbal communication. Even more important is the choice of a strategy of verbal impact of the Communicator on the audience. This aspect denotes a set of personal qualities of the Communicator, his knowledge of the basics of psychology of audience, the ability to determine its mood and values close to it, as well as to be guided by the necessary rules of compilation and transmission of information. The message is built in accordance with certain requirements:

- simple and accessible;
- the base is simple and intuitive universal values;
- minimal use, preferably complete elimination of the use of new, little-known and foreign words.

Thus, verbal communication forms the main characteristics of the "Public relations" strategy. It helps to create messages that are perceived and understood by a wide target audience, and it has a huge impact on its response.

The problem of intercultural communication is becoming increasingly important in international political, economic and business relations. Considering the problems of political and managerial discourse, it is necessary first to highlight such concept as "terminology", which defines the issues of special vocabulary.

Terminology is a young complex scientific and applied discipline that emerged in the era of scientific and technical revolution at the intersection of linguistics, logic, semiotics, computer science, General theory of systems and a number of subject Sciences. In its development, terminology has passed a serious way of development: from the allocation as a separate section of General Linguistics, lexicology, theory of sociolinguistics and stylistics of the text to the formation of their own methods and their use in various spheres of life. The latter idea is confirmed by the fact that the first terminological works were written not only by linguists, but also by professional engineers, which certainly left a special imprint on the development of domestic terminology.

In today's theory of linguistics definition of terminology was polysemantic and was used in two meanings:

- 1) as a set of words and phrases that define special objects and Express special professional concepts;
- 2) section of linguistics, studying the set of terms, their grammatical organization and laws of functioning.

Thus, to this day in the term "terminology" only the first meaning of a set of words and phrases that Express specifically professional concepts were preserved [1, p. 123].

We can distinguish the following theoretical problems of terminology, which are relevant in this work:

- 1) analysis of communicative processes in the context of terminology;
- 2) definition of the place of terminology in the language system;
- 3) the study of semantic originality of terms in comparison with the words of common vocabulary and frequently used stable phrases;
- 4) analysis of grammatical organization of simple and compound terms;
- 5) the study of specific features of terminological word-combinations in comparison with the free and phraseological word-combinations;
- 6) specification of the concept "terminological system" and development of methods of analysis and description of terminological systems.

It is necessary to consider one of the points of view on the definition of "term", claiming that the term – a word that is artificially, consciously attributed to a definition associated with a particular scientific understanding [2, p. 381]. Hence, it can be concluded that terminological meanings are established in the process of conscious intentional agreement, which is influenced by a number of scientific factors. In other words, the impact of the development of scientific and technical knowledge on philological, (i.e. linguistic units) is traced. They transfer the above knowledge to the objects of their study, while today there is a growing tendency to simplify their structure to bring them into a more accessible form for carriers of professional sublanguages in communication of all kinds. However, the above-described relationship of philological and technical Sciences as a manifestation of the influence of extralinguistic factors on the formation of language units (terms) require certain actions, namely:

- streamlining and systematisation of terms for the permanent updating and processing of relevant dictionaries;
- deep research of the development of not only individual terms, but system of term together;
- identify trends in the development of terms from national to international and transnational;
- identify trends in globalization of terminology;
- definition of ways of forming terms, their efficiency at the present stage and trends of development in the future;
- tracking of new linguistic phenomena in the fields of scientific and technical subjects, phenomena and concepts for their timely fixation in thematic dictionaries with the introduction of appropriate multilingual equivalents;

- training of translators and specialists in the field of secondary and higher professional education on a terminological basis;
- special attention to the terminology as the main object of research and philological and technical Sciences, which will find practical application in the reflection of scientific materials [5, p.21].

Without solving, the problems of terminology innovative projects and new technologies cannot be developed, because terminology – is primarily a tool for the development of the specialty, a source of information, the path to further development of science and technology, mutual understanding and international cooperation.

We introduce the concept of "aphorism". An aphorism is a complete thought of a particular person, fixed in the original, but at the same time concise form (both in the form of a written text and in the form of a saying), repeated many times later by other people.

In the study of the features of political discourse, we can see that aphorisms reflect the existence of discourse in the unity of the two sides – the material (events and phenomena inherent directly to the sphere of politics) and the abstract-philosophical, which reflects the realities of human existence.

On the one hand, political aphorisms, like the aphorisms of other groups, characterize common cultural and significant ideals for the whole society, form a positive attitude to the world spiritual values, on the other hand - reflect the specificity of the perception of the reality of political discourse [1, p. 124]. The analysis of the vocabulary of political aphorisms allows us to draw a conclusion about the peculiarities of the vision of the world picture of the participants of political discourse, their value system and ways of its implementation.

The idea of the world of politics is realized in the minds of the participants of political discourse in the system of concepts. Central concepts, which form the basis of social institutions, have a huge generative power through the fact that a vast semantic area is concentrated around them [3, p. 18]. The concept corresponds to the concept of those meanings that guide people in the processes of thinking and that reflect the presence of experience and knowledge, the content of the results of all human activities and processes of knowledge of the world. Concepts combine the diversity of observed phenomena into a single whole. They also allow to store knowledge about the world and become the so-called "building blocks" of the conceptual system, contributing to the processing of subjective experience [4, p. 158].

The term "semantic field" is closely related to the term "concept". It is a collection of words and phrases that form a thematic series and cover a specific area of meanings. In the mind of a native speaker reality is divided into two interrelated sides: the material world and the world of abstract concepts and phenomena. Both parties are equally important for the reflecting individual (in our case – the politician and the Manager), thus he seeks to comprehend and define reality in its versatile communications with society.

Each category in the lexical composition of aphorisms is embodied in a certain lexical-semantic set. In particular, the category of "politics" is represented by a significant number of lexical units, as well as categories closely related to it in meaning that includes lexical units such as "state", "nation", "ideology", "law", "society", "power", "law", "economy", "democracy", "health", "elections", "corruption", "war", etc. The concept of "politics" is considered in political aphorism from several angles:

- a) public administration activity reflecting the social order;
- b) direction of the state (foreign and domestic policy));
- c) course of action, strategy.

Here are some quotes in support of the above for comparison. "Politics depends on our ability to persuade each other of common aims based on common reality" (B. Obama); "The first rule of politics: there are no rules. You make your own luck" (T. Blair).

In this regard, it is worth noting that the term "power" is presented as:

- 1) political domination ("Sometimes the only way you conquer the pull of power is to set it down" (T. Blair));
- 2) governing bodies, government: ("in an opportunity society, as opposed to the old welfare state, government does not dictate; it empowers" (T. Blair));

3) the right to dispose of: ("Power concedes nothing without a demand. It never did, and it never will" (B. Obama, CIT. F. Douglas); "Power, wealth and opportunity are in the hands of the many, not the few" (T. Blair)).

In turn the linguistic unit "election" also belongs to this semantic field and represented in the political aphorisms such as "election campaign", "campaign", "voter", "party", "guarantee", and "promise". Here is a supporting example "the core vote of this party today is not the heartlands, the inner city, not any sectional interest or lobby. Our core vote is the country" (T. Blair).

A large group of political aphorisms are expressions that include such linguistic units as "leadership", "leader", "ruler", "government", "management", etc. ("Leaders lead but in the end it's the people who deliver" (T. Blair)).

This group includes both aphorisms about abstract or abstract concepts ("the rulers are the people" (T. Blair)) and specific situations or personalities ("The reason they don't believe government has a role in solving national problems is because they think government is a problem" (B. Obama))

The authors of political aphorisms think not only about what leadership should be, but also about the way the politician went to become a leader. Therefore, as part of the aphorisms found lexical units that name the factors of formation of the personality of a worthy leader: "and there are the easy bits and hard bits of leadership. There is no doubt that is preferable. But true leadership means doing both" (T. Blair).

If we look at the language units of more specific content, we can see that special attention is paid to the character traits and personal qualities of the leader who is part of the ruling party, or a politician who occupies a leading role in the country. The lexical content of such aphorisms are linguistic units that reflect:

a) moral essence: nobility, impudence, decency, honesty, responsibility, etc. ("Power without responsibility being the prerogative of the harlot through the ages" (T. Blair, S. Baldwin's quote));

b) the ability of the Manager to deliver on promises and achieve goals ("...a promise made is a promise kept" (B. Obama));

c) the attitude of the leader towards himself and others: arrogance, pride, dignity, complacency, selflessness, self-confidence, vanity, confidence, selfishness, goodwill, kindness, responsiveness, humanity, etc. ("We need leadership that sees government not as a tool to enrich well-connected friends and highpriced lobbyists, but as the defender of justice and opportunity for every American") (B. Obama));

d) strong-willed leadership: heroism, cowardice, courage, independence, independence, cowardice, etc. ("Religious leadership need not accept such wisdom in counseling their flocks, but they should recognize this wisdom in their politics" (B. Obama)).

Important for the authors of aphorisms are intellectual actions, mental activity and the corresponding state of the head, represented by such linguistic units as "imagination", "stupidity", "knowledge", "idea", "truth", "opinion", "thought", "memory", "mind", "reason", "consciousness", "abilities", "mind", etc.

Not less important factor that characterizes the leader is its attitude toward work that motivates the authors of the aphorisms use the following lexical units: "honesty", "lazy", "hard work", etc.

Portrait of the head in aphorisms created not only by describing his personal qualities, but also through relationships with other people. Political aphorisms clearly form the idea of activity, which is reflected in the presence in their composition of units denoting not only General activity, but also more specific concepts: "practice", "business", "do", "work", "service", etc. For clarity, we propose to consider the following example: "Now let's get out and do it" (T. Blair).

Nation represented in the political aphorisms and as an ethnic community of people, and as a synonym of the base word-concept "state": "America is great because Americans are good" (B. Obama).

In turn, the state in political aphorisms is also often seen from different sides: both as a form of organization of society, and as a separate country – "Distance this country and you may find it's a long way back" (T. Blair).

It has tremendous importance dictionary of spiritual culture of the nation in the broadest sense of the concepts represented in the political aphorism the following lexical set: "culture", "science", "art",

"religion", "faith", "education", "education", "education", "knowledge", "thought", "literature", "language" etc.: "couldn't Abraham, Jesus and Mohammed have found a different part of the world to be born in?" (T. Blair). Once again, we note that faith occupies an important place among the vocabulary of this semantic field and, very importantly, is understood by the authors not only as part of culture, but also perceived in religious terms. Let us illustrate this point with examples:” Religious faith has a profound role to play “(T. Blair);” And only through God comes grace; and it is God's grace that is unique" (T. Blair).

Quite a significant group of political aphorisms includes lexical units that define generally recognized groups of values and anti-values:

- general philosophical: "life", "death", "immortality", "time", "nature", "good and evil", "truth", "happiness", "freedom and slavery", "justice", "hope", etc ("The values require steadfast convictions "(T. Blair);" What's true for individuals can also be true for nations " (B. Obama));

- religious: "faith", "trust", "God", "soul", "salvation", etc. ("Nothing is more transparent than unauthorized expressions of faith" (B. Obama); "Faith doesn't mean that you don't have doubts" (B. Obama));

- personal: "justice", "responsibility", "understanding", "work on yourself", etc. ("Don't lose heart from that; take heart from that" (T. Blair));

- social: "society", "state", "progress", "civilization", "peace and war", "crime", "tyranny", "inequality", "family and marriage", etc. ("One World, One Dream" (T. Blair));

- interpersonal: "love-hate", "friendship – enmity", "mutual understanding", "responsiveness", "solidarity", etc. ("Where there is ignorance, there is distrust, and sometimes hatred. Understanding is a great healer "(T. Blair); " The truest friends are those still around when the going is toughest" (T. Blair));

- intellectual: "education", "science", "reason", "wisdom", etc. ("Lessons can be just as easily unlearned as they are learned" (B. Obama)).

In conclusion, it should be noted that the specificity of the perception of reality in the system of political aphorisms is not set directly by the use of the lexical units listed in this work in aphorisms. With these words, one can only determine which concepts attract the attention of political leaders as authors of aphorisms.

Aphorisms certainly reflect the rich cultural experience of each nation. The frequency of reference to certain concepts indicates the specific features of the world perception of politicians. It is necessary not to forget about separate and very important issues related to the formation of the image of the country abroad and which are also related to the issues of intercultural communication.

References:

1. Basalkina, N. S. Lexical-semantic components of political aphorisms (in English and Russian languages) [Text] / N. S. Basalkina // Bulletin of the MOS – Moscow, 2017. – P. 120-125.

2. Karasik, V. I. Language circle: personality, concepts, discourse [Text] / V. I. Karasik. – M.: Gnosis, 2015. – 477 p.

3. Karasik, V. I. Religious discourse. Language personality: problems of linguoculturology and functional semantics [Text] / V. I. Karasik // Peremena – Volgograd, 2016. – P. 5-20.

4. Kubrakova, E. S., Demyankov, V. Z., Pankrac, J. G., Luzina L. G. Short dictionary of cognitive terms] / E. S. Kubryakova, V. Z. Demyankov, J. G. Pankrac, L. G. Luzina. – Moscow, 1996. – 245 p.

5. Rosenthal, D. E., Telenkova, M. A. Dictionary-reference of linguistic terms [Text] / D. E. Rosenthal, M. A. Telenkova. – M.: AST, Astrel, 2001. – 400 p.

Sokur, E. A. English language is the basis of successful development of specialist in financial and economic sector [Text] / E. A. Sokur // Topical issues of economic development – Omsk, 2018. – P. 169-172.

POLITICAL CORRECTNESS AS A LANGUAGE PHENOMENON IN THE USA

Abstract. *The article reveals the meaning of the concept "political correctness." The aim of the work is to examine the history of the origin and characteristics of political correctness, as well as the problems caused by the widespread occurrence of this phenomenon.*

Key words: *Political correctness, the USA, discrimination, history of the term, the problem of widespread political correctness.*

«Political correctness» – almost everybody has ever heard this phrase. It is a new trend in the USA. The term «Political correctness» (adjectivally: politically correct) is used to describe language, policies, or measures that are intended to avoid offense or disadvantage to members of particular groups in a society. [3] This term in the late 1980s was referred to avoid a language or behaviour that could be seen as excluding, marginalizing, or insulting groups of people considered disadvantaged or discriminated against, especially groups defined by sex or race. So one of the main reasons in favour of political correctness is exclusion of insult or humiliating people because of their peculiarities or disadvantages.

The term was first proposed in 1983 by the famous feminist Karen de Crowe, president of the American National Women's Rights Organization. Political correctness as a system of views began to spread in US universities, student campus-cities, and then in all other areas of the American society. Since 1989, over 200 US colleges and universities have adopted codes prohibiting racial and sexual discrimination of minorities. Due to the tendency to consolidate politically correct words in the language some American scientists suggest to distinguish two languages: "language of facts" and "language of ideas." The second one, in their opinion, is just used to mask thoughts. [1, c.49]

According to another version, this expression appeared as a joke: the radical American students often uttered the phrase "Not very politically correct, Comrade!" in relation to those fellow students who showed examples of racist or sexist behaviour. At the same time, they used intonation, which, in their opinion, was characteristic of the commissars of the Cultural Revolution in China. Anyway, it makes sense to talk about a kind of "Chinese track", a very interesting cultural phenomenon – the influence of communist China on the "stronghold of imperialism" of the USA. [4]

At the language level political correctness is provided in most cases with the help of euphemia (Greek εὐφῆμη - "goodness") which is the replacement of indecent or inappropriate words and expressions with a neutral in meaning or in emotional colouring word or descriptive expression. More often, politically correct units are found in public speeches or the texts of newspapers and magazines, but with the course of time the most popular ones take root in colloquial speech. [2]

For the last time politically correct vocabulary vastly expanded its boundaries. Depending on what kind of discrimination predominates politically correct phrases can be combined in some groups:

- Words and phrases which prevent racial or ethnic discrimination (this type of discrimination is called racism; examples: Afro-American instead of Negro, indigenous person or Native American instead of Indian, Native Alaskan instead of Eskimo, Latin American instead of Latinos etc.);
- Words and phrases which prevent discrimination by sex (this type of discrimination is called sexism; it involves using words such as policemen for men and policewomen for women, businessmen for men and businesswomen for women etc.);
- Words and phrases which prevent discrimination by age (this type of discrimination is called ageism; usage of politically correct units is concerned to respect elderly people, instead of old it supposes to use phrases like third age person or senior citizen)
- Words and phrases which prevent property discrimination (words in this group is used to prevent humiliation of people because their financial status; example: economically exploited instead of poor, classification of flight tickets – class flight, business class flight and first class flight)

- Words and phrases which prevent discrimination against people with disabilities (this type of discrimination is called ableism; example: physically-challenged instead of disabled, visually-challenged instead of blind etc.)

Even though political correctness was invented originally with a good purpose, now it is becoming a problem. The American television channel CNN has arranged a cultural discussion on the topic of the reference between freedom of speech and internal restrictions, which a framework of political correctness imposes on a speaker. This means that in America it is becoming a really important topic. Audience were also invited to the discussion. Their comments on the screen reflected the fatigue of this phenomenon – the streamlined language that emasculates thought and emotion. [5] According to recently published data from a national survey, which was attended by 8,000 respondents in six focus groups, 80% of Americans believe that "political correctness is a problem in this country." Some of these data, collected using YouGov, were recently published in a report called Hidden Tribes. Objections to political correctness are more pronounced by racial minorities and those who did not attend college. Graduates of colleges with high-income, especially with advanced degrees, more often believe that political correctness is not a problem. [6]

Also political correctness became absurd in some ways. For example, many congressmen regularly propose to ban in schools the theory of evolution and not politically correct classic works like "Tom Sawyer" by Mark Twain and George Bernard Shaw's plays. Joanna Wright, cultural adviser to the governor of Arizona, demands to exclude works of Tolkien from the school curriculum just because the writer does not have a single positive image of dark forces. And there are many more examples of absurdity.

In conclusion, I want to say that original purpose of political correctness to prevent humiliation of people because of their peculiarities or disadvantages was great. But mindless wide use of the phenomenon can only cause more damage to people than they have already had.

Список используемых источников:

1. Будник, Е.А., Ахмедова, А.Т. Политическая корректность и способы ее перевода с английского на русский язык [Текст] / Е.А. Будник, А.Т. Ахмедова // SCIENCE TIME. – 2015. – № 5 (17). – С. 48–53.
2. Английский язык и политическая корректность [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://engblog.ru/political-correctness>, свободный.
3. Политическая корректность [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Political_correctness, свободный.
4. Палажченко, М.Ю. Политическая корректность в языковой и культурной традиции [Электронный ресурс] / М.Ю. Палажченко. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/teorja-kultury/politicheskaja-korrektnost-v-jazykovej-i-kulturnoj-tradicii.html>, свободный.
5. Американцы устали от политкорректности [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://news.rambler.ru/other/41205179-amerikantsy-ustali-ot-politkorrektnosti/?updated>, свободный.
6. Политкорректность – это национальная проблема США [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://aftershock.news/?q=node/691747>, свободный.

УДК 174.7

Beloborodova V.V, Nikitenko T.V
Financial University (Omsk)

ETHICAL FEATURES OF BUSINESS RELATIONSHIP MEN AND WOMEN

Abstract. *Base rules of behavior in organizations according to business etiquette are considered in given article. As well in this work features of behavior of the man and woman in business and service attitudes are due to. Given topic is studied by the scientists of business etiquette area already many*

years and does not lose its relevance. This fact says of importance of considering topic. Gender conflicts in organizations frequently are the reason of large drops or decrease of rates of development of the company.

Keywords: *business etiquette, ethic, genders features, service relations, service communication, man, woman.*

Etiquette is the rule of behavior which is accepted in given society. Nowadays business etiquette has been widely disseminated. It transmits the experience, moral persuasions and particular forms of demeanour. Business etiquette defines the standards and rules of behavior and communication in the business, professional situation.

Mutual relations between employees are based on internal regulations, «business-etiquette» and standing orders. Personal achievements of each employees and favorable atmosphere in the organization contribute to success of common business. These factors depend on the level of staff's knowledge of business etiquette, proper understanding of corporate ethics and the right balance between their actions and standing orders.

Otherwise, health of the company and professional growth of its each worker becomes impossible, as contradiction between purposes and working conditions arises.

Etiquette of business relations requires a minimum knowledge of psychology of business, and ability to behave pursuant to that knowing.

Definitely, mastering acquisition of dialogue of sensitive manner requires special skills on an ethic and etiquette in general, and managerial etiquette - specifically. But major place in given area, takes a practical ability to be delicate. Increasing of moral factor in business and management is pattern of civilized economic. This has been amply demonstrated by experience of advanced world countries.

Relationships between the man and woman in office environment are a specific sphere; quite difficult for formation of any principles of establishing of these attitudes. It is known that the main in business subordination and coordination is position, belonging to higher or any other office level. Nevertheless, belonging to one or another gender, plays a significant role in building of business mutual relations, in advancing on basic maintenance ladder, in service conduct and particular act.

How these features in daily service activity are manifested? What the ethical mistakes should be avoided to the man and woman during business communication?

Psychologists and physiologists approve that the women have a more thin taste, than man. Also the women see more clearly distinctions in materials, colors, forms, appearance of designs. Therefore it is not worth disputing with woman- colleague on those questions - better to be entrusted her opinions.

In spite of the fact that men's level of adaptability is lower, they faster respond to change of the different situations, new methods of work and the ways of influence on collective. Therefore it is not worth to hurry woman that she faster expresses her views either displays attitude to anything, as it only provokes contradiction, conflict or other unethical situation.

There is one more reason of display of distinctions in business relations. Men have the spatial awareness better, than women. And in this way, practically there are no representatives of a beautiful half of humanity among great artists and talented designers. It is necessary to take into account this fact and not to create such situations which would provoke ethical infringements.

There is one more feature of the representatives of stronger gender which can be reason for conflicts and misunderstanding. So, one of features of character of the man is seeking to popularity, prominence. It can be present in distorted form, in the other words – as vanity. Frequently enough, the vanity results in the fact that the man wants “overspend on anything”. Unfortunately, in turn, it has intention by its investigation to have more money and to receive it by any ways: by moral or immoral - it becomes indifferent.

It was worth remembering that some employees in the organization can be susceptible to unseemly, immoral acts with regard to money. There are such employees more among male, than among female.

There is a number of recommendations, being the result of the fact that the preference is given up to the woman in some cases of business etiquette:

- the woman stretches hand for handshake as the first;
- at the first the man is introduced by woman, rather than the opposite;
- the woman occupies a specific and honored place in the squad car and the first she sits to car;
- the woman has the right to welcome the assistance of the man in office (in view of his greater physical strength), if necessary, move or carry the furniture or any heavy equipment;
- the man lets woman pass.

In such a manner, belonging to its gender superimposes to the employees of the organization additional obligations on observance of norms of business etiquette.

Woman's priority departs to the second plan before chief's priority on business etiquette. For example, man the first greets with «lady» on etiquette, but hand for handshake is stretched by the woman. During working time woman-subordinate first welcomes chief, but only he can be hand-shake initiator. Upon meeting or acquaintance the rules of business etiquette require that the man to be presented to the woman. But subordinate is presented to the chief. To the men-chiefs, colleagues it is permitted not to stand up for greeting, when the secretary or other woman-employee enters cabinet, working room for running of current cases. It is an important feature of business etiquette. According to regulations top officials have the right to leave room before their subordinate women.

There are some else moments of service relations between man and woman which should be known:

- the door is opened by person who stands to it close;
- if the person stands near the elevator, she or he enters or leaves to lift primarily;
- both the men and women get up from their seats in order to welcome customer or visitor, without dependence from his gender;
- colleagues: the man and women shake hands on services.

So, for prevention of possible occurrence of situations, fraught with ethical infringements, it is necessary to take into account psychological features, characteristic of the representatives of genders. The era such features in practice. Therefore it is impossible to admit that they serve by morality distortion soil - neither to a great extent, nor in small. The men and women are approached to the same purposes in difficult system of business relations: efficiency of activity, following to morality principles. For creation of ethical atmosphere favorable to achievement of these purposes, sensibly to take into account psychological features of the representatives of different genders.

References:

1. Блинова, М.Г., Шипулина, Л.Н. О необходимости применения инновационных механизмов и технологий предоставления социальных услуг населению в современной России //Электронное приложение к Российскому юридическому журналу. 2012. Т. 11. № 3. С. 39-41.
2. Гладкова, М. Качество жизни пожилых людей / М. Гладкова, Т. Егорова, О. Семенцова //Социальное обеспечение. № 7, 2012, 27-29 с.
3. Панина, Н. В. Проблемы социальной адаптации пожилых людей к статусу пенсионера //Автореф. дис. канд. философ.наук.-М., 2012, 89 с.

УДК 811.111-26

Berdov A.A.
Financial University (Omsk)

ENGLISH BORROWINGS IN THE SPHERE OF ECONOMIC MANAGEMENT

Abstract. *This article analyzes the modern process of borrowing vocabulary from English into Russian, specifically in the field of economic management.*

Key words: *management, vocabulary, English, Russian.*

The development of management terminology in the Russian language is characterized by the extreme intensity of the process of borrowing vocabulary from English, German, French, Italian, Polish

and even Japanese. These nominations reflect fundamental economic and management concepts. However, the leading source of borrowings currently in the field of management is English, often its American version.

The enrichment of Russian vocabulary of economic management due to English borrowings is considered to be perhaps the most characteristic feature of the modern period of development of the Russian language. In many works, there is an exit to the first place in terms of the volume of anglicisms of semantic groups associated with the economy, business or management [3, с. 86].

This article attempts to analyze the external mechanism of replenishment of the financial management nominations from the English language.

The sources of the actual material were translated and explanatory dictionaries on Economics, encyclopedic and terminological dictionaries, which fixed the vocabulary of management, glossaries of translated and original textbooks on management. When selecting the material, we assumed that management is one of the areas of professional activity, located on the border of several areas of knowledge and fields of activity [2, с. 171].

Within the framework of this article, the most acceptable is the definition of borrowing from the point of view of its structural composition, proposed By L.P. Krysin: «It Seems appropriate to call borrowing the process of moving different elements from one language to another. Under various elements are understood as units of different levels of language structure - phonology, morphology, syntax, vocabulary, semantics» [1]. Borrowing is an active process in which the language that borrows does not passively perceive foreign name, but somehow processes and includes it in the system of its internal relations.

According to the classification of S.V. Grinev, based on the nature of the borrowed material, there are three main types of borrowing: material borrowing, calcification and mixed borrowing [1].

The primary form of material borrowing is often graphic borrowing-the use of foreign word in the original chart (Latin) at the initial stage of its development. This form prepares the transition of the word from the «state» of inclusion to functioning in the system of the recipient language as a full unit [1]. In the field of economic management, these are mainly abbreviations transferred by orthographic transplantation with full preservation of graphic and spelling appearance: R&D – Research and Development) – «*исследование и развитие / исследования и разработка*»; CEO (Chief Executive Officer) – «*исполнительный директор / управляющий высшего ранга*»; TQM (Total Quality Management) – «*всеобщий менеджмент качества / всеобъемлющее управление качеством*»; WFS (Work Flow System) – «*система рабочих потоков (документооборот и контроль)*»; ERP II (Enterprise Resource & Relationship Processing) – «*управление ресурсами и внешними связями предприятия*»; BPI (Business Process Improvement) – «*улучшение бизнес-процессов*»; BPR (Business Process engineering) - «*реинжиниринг бизнес-процессов*»; IT – «*информационные технологии*» и «*люди, работающие в этой сфере*», etc.

With material borrowing, or borrowing in the proper sense of the word, not only the content, the meaning of one lexical unit is adopted, but with a varying degree of approximation - and its material exponent. This type of borrowing includes transcription and transliteration [2, с. 172].

The most common in modern translation is a symbiosis of transcription and transliteration. Due to the fact that the phonetic and graphical structures of languages differ from each other, the process of transliteration and transcription is very conditional.

Transliterated simple words: lockout (*локаут*) – «mass dismissal of employees in response to strikes or excessively high demands of workers»; marketing (*маркетинг*), engineering (*инжиниринг*) – «one of the forms of international commercial relations», jobber (*джоббер*) – «firm specializing in securities transactions»; freelance (*фриланс*) – «work, form of employment for hire»; freelancer (*фрилансер*) – «employee performing work without being in the state any enterprise»; Manager (*менеджер*); broker (*брокер*) – «intermediary in the securities market»; merchandiser (*мерчендайзер*) – «employee of the company, ensuring the availability of goods in the trading network and engaged in monitoring sales»; boom (*бум*) – «a sharp increase in trading volume, accompanied, as a rule, by a rise in prices» [4], etc.

Complex transliterated words, synchromarketing - «marketing conducted by firms in conditions of fluctuating, unstable demand for their goods and services»; micromarketing; microsolution – «the decision taken by an individual economic entity and concerning the economic values of interest to him personally».

It is necessary to note the few transliterated abbreviations: FAS - free alongside ship (*ФАС*) – «basic terms of delivery»; CFR - cost and freight (*КФР*) – «basic terms of delivery, according to which the seller is obliged to Charter the ship and load the goods on Board»; CIF - Cost, Insurance, Freight (*СИФ*) – «commercial terms determining the order of delivery and payment of goods in international trade»; LIFO method - from last-in-first-out (*ЛИФО метод*) – «method of accounting for the value of securities, sold by the investment Fund» [4], etc.

And so-called appositive phrases, in which the dependent word calls is named «materialized»: sign: market maker (*маркет-мейкер*) – «highly qualified Manager of the securities market»; service contract (*сервис-контракт*); know – how (*ноу-хау*); business plan (*бизнес-план*); business technology (*бизнес-технологии*); clone-makers (*клон-мейкеры*) – «manufacturers of legal copies of products of well-known firms»; bill-broker (*билль-брокер*) – «professional intermediary in operations of purchase and sale of bills of exchange and stock exchanges», etc.

Among the ways of copying there are full word-formative tracings, when the whole word-formation structure of a foreign word is calculated: swindling (*надувательство*) – «deception and dishonesty in commercial transactions», the assets (*активы*) – «resources and assets controlled by the organization and is able in the future to provide some economic benefit»; trap (*ловушка*) – «the economic situation resembles a vicious circle; the situation in which the attempt to get out of the trap along one path leads a different path into the same trap»; boiler room (*котельная*) – «room, where aggressive brokers calling potential investors in order to sell speculative securities, putting pressure on buyers»; poverty (*бедность*) «extreme insufficiency of the available human, family, region, state of property, goods, funds for a normal life and livelihoods»; availability (*доступность*) – «the available amount of resources for a given time interval» [4]; etc.

Abbreviations created by literal translation: *ФПГ / финансово-промышленная группа* (FIG - Financial Industrial Group); *ГКП / группа управления проектом* (PMT - Project Management Team); *ППП / проект поддержки предприятия* (ESP-Enterprise support Project), etc.

The transformed trace nominations: *ищейка* (bird dog) – «in the administrative management of the data that you need to study the position of the company and its potential income»; *50 любимчиков* (nifty-fifty) «50 stocks, most popular among investors, typically have high and stable income yield above the market average» [4], etc.

Partial tracings - nominations, consisting of borrowed and own elements, but on word-formation structure corresponding to a foreign word-prototype: *самоуправление / самоменеджмент / аутогенный менеджмент* / (self-management); *самоанализ* (self-analysis), *инвестирование* (Investing); *ранжирование* (ranking); *офшорный* (offshore); *авторитарный* (autocratic), etc.

Mixed calculation, including, for example, simultaneously, the transcription and replication or transliteration and calques, or graphic borrowing and calques: *транснациональный* (transnational); *нефтедоллар* (petrodollar); *псевдокоманда* (pseudo-team); *X-неэффективность* (x-inefficiency); *стратегии PUSH и PUL* (Push - pull strategy) - a strategy for promoting the product through distribution channels and ensuring their availability.

Types of distribution: *проталкивание* (push); *протягивание* (pull); *PEST-анализ* (PEST analysis) – «a tool designed to identify the political, economic, social and technological aspects of the external environment that can affect the strategy of the company»; *SWOT/TOWS-анализ* (SWOT/TOWS analysis) – «systematic analysis that facilitates the comparison of external threats and opportunities with internal weaknesses and forces of the organization (Strengths, Weaknesses, Weaknesses, opportunities, threads)», etc.

Phraseological calques (the most numerous group of categories), which «reflect the organic compound of the highlights of the borrowing, the original word creation and transmission of national lexical concepts» [2, p. 44]: *объятия плюшевого медведя* (teddy bear hug) – «the situation where the target company generally agrees to a takeover bid, but insists on raising the price»; *дерево решений* (decision

tree) – «the schematic diagram of the process of managerial decision-making on a specific issue, depicted graphically»; *вползти в рамки* (bracket creep) – «transition to a higher tax category as income grows»; *разрезать дыню* (cutting a melon) – «distribution of funds among shareholders after a profitable transaction»; *идти на попятную* (backing away) – «violation of the agreement with the market maker, supporting solid prices of supply and demand for these securities»; *скрепляющий сделку* (binding the bargain) – «the amount paid in proof of intention to bring the transaction to the end»; *спящий партнер* (sleeping partner) – «companion, contributing to a commercial partnership, but not taking part in the management»; *руководитель, сосредоточенный на труде* (job-centered manager); *капитал-морковка* (carrot-capital) – «capital in the form of shares, which are allocated to managers, employees of the company to increase their interest in the case»; *золотой жук* (goldbug) – «analyst, who considers gold the most reliable object of investment»; *дойная корова* (cash cow) – «stage of activity of the enterprise, which generates income in the form of a continuous cash flow»; *кормление уток* (feeding the ducks) – «active sale of shares during the rise in prices for them»; *птицы высокого полета* (high flyers) – «speculative securities with a high rate, the prices which can rise and fall by several points during the day»; *мать-гусыня* (Mother Goose) – «a brief, without describing the technical details of what this prospectus means»; *жирный кот* (fat cat) – «financial firm that receives ultra-high profits through the financing of risky operations»; *могучие слоны* (mighty elephants) – «large, reliably managed, steadily growing firms capable of diversifying production»; *хромая утка* (lame duck) – «the company is in a difficult financial situation, which can be corrected by state support»; *брюхом кверху* (belly up) – «nomination indicating the insolvency of the company, the Bank, so they say about the failed, collapsed business project» [4] and others.

This group presents such names, which are perceived as expressive in the Russian language, they include words of everyday vocabulary, professionalism, in some cases even jargon, which causes associations that impede the rigor that is necessary in terminologization. But such super-verbal nominations have quite clear definitions, they function in the field of management quite actively and not only in oral speech, but also in various educational and scientific texts, as well as in reference books (special dictionaries).

Some of these Russian names can be called weakly motivated, since their content is implemented by «uncharacteristic, alien language features» [2, с. 170]. However, in many cases it is possible to talk about borrowing through calcification, but in the Russian interpretation.

In addition to these three types of borrowings, it is important to note that in the field of economic management, there are often nominations formed by means of a descriptive translation: the company whose shares are sold on the stock exchange - listed company; the company whose shares are sold on the OTC market - publicly traded company; the certificate giving the right to receive a dividend - dividend-right certificate; credit restriction by raising interest rates - dear-money policy; the order of the client to the broker, which must be immediately executed or canceled – fill-or-kill order; the method of exchange trading by direct contact between the seller and the buyer - open outcry and etc. Thus, the component structures of such models are complicated to 4-9 elements, which lead to greater certainty and accuracy of the designation due to the explication of all features of the concept in the complex structure of the nomination and bring such a name to the definition.

So, the main methods of introduction of foreign names in the field of Russian management - transcription, transliteration, calques and mixed borrowing and descriptive translation [3, с. 88].

The study of the nominations of economic management allows to conclude that in this area there is practically no proper Russian designations, and there are only names created by external borrowing. Mostly it's calque. It is obvious that the process of calculation is interpretive.

The management language continues to evolve in line with borrowings. This process is facilitated by the following factors: the presence of contact with the source language, the need for nomination of subjects, objects and processes of management activities, borrowing nominations along with the borrowing of new phenomena, concepts and realities, the entry of nominations into the Russian language not separately units, and groups and whole thematic blocks.

References:

1. Карлофф, Б. Менеджмент от «А» до «Я». Концепции и модели [Текст] / Б. Карлофф, Ф. Х. Левингссон / пер. с англ. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в СПб., 2016. – 412 с.
2. Сокур, Е. А. English language is the basis of successful development of specialist in financial and economic sector [Текст] / Е. А. Сокур // Актуальные вопросы развития экономики : Материалы международной научно-практической конференции к 100-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. / Под ред. д.э.н., доцента В.А. Ковалева и д.э.н., проф. А.И. Ковалева.– Омск, 2018. – С. 169-172.
3. Сокур, Е.А. Безэквивалентная английская лексика в финансово-экономической сфере [Текст] / Е. А. Сокур // Современные гуманитарные исследования. – 2018. – № 6 (85). – С. 86-89.
4. Розенберг Д. М. Бизнес и менеджмент: терминологический словарь [Текст] / – М.: ИНФРА-М, – 1997. – 771 с.

УДК 81'373.45

Iskakova A.M.
Financial University (Omsk)

ANGLICISMS IN MODERN RUSSIAN INTERNET LANGUAGE

Abstract. *The article is devoted to the consideration of the features of the modern Internet language. A special place is given to the replenishment of the vocabulary of the Russian Internet language by borrowing from English. Analyzed the main causes of borrowing.*

Keywords: Internet language, anglicism, borrowing, word formation

The modern Russian Internet has recently turned 20 years old. The counting dates back to registration of the domain. According to statistics, since 2000 the share of Russian users has increased from 4% to 66%. The Internet is becoming a special communicative social environment, a place of realization of a language that had no analogues in the past. Statistical studies were conducted about the number of pages in the Internet in different languages. English takes the first place, but Russian takes the second place. If we compare the place of the Russian language in the Internet with the worldwide place by the number of speakers, we can see that Russian language is offline at 6–7 places, which means that it is used more actively and more productively in the Internet.

Currently, you can see how the Russian language is changing under the influence of external communicative conditions. The issue of changing the modern Russian language is increasingly worrying scholars who are willing to track the links between external changes and changes in the language. One of the obvious changes in the Russian language is the addition of new words - anglicisms – they are words or a speech patterns in some language, borrowed from the English language or created on the model of an English word or expression.

Why are there any new words borrowed from the English language in the Russian? This is mainly due to the rapid change in the fields of science, education and information technology [1]. In order to answer this question more accurately, I examined the main reasons for borrowing words from foreign languages:

1. The absence of a similar word in the Russian language. 15% of all anglicisms are firmly included into dictionary of a business person precisely because of the lack of an analogue in the Russian language, because it is easier to use foreign words than to invent new ones (sponsor, presentation, blogger).

2. Designation of a new word. There are often cases where an Anglicism is used more often than a Russian word, because precisely it transfer of the meaning of the concept more (бренд instead of марки, тур instead of путешествия, фитнес instead of физических упражнений)

3. Replacing the whole descriptive turn in one word. It is more convenient to pronounce instead of a phrase, a whole expression one big word (parking instead of a place where there are cars; quiz radio or television game with questions and answers to various topics).

4. Desire to look modern. Good knowledge of English is prestigious today. Many people, especially young people, use anglicisms to show the knowledge of the international language in order to look modern and fit the fashion (boyfriend, party, show, weekend).

5. Expanding the interaction of the Russian Federation with other countries. Recently, our country often conducts negotiations with many English-speaking countries.

6. The development of international tourism.

7. Russia's participation in international events.

8. Detailing the concept. Designation of varieties of any concept (варенье — liquid, джем — thick).

9. Great expressiveness of sound. Many companies use foreign words in their names and lotion diagrams intentionally for greater sonority and attractiveness (Beeline, Rostelecom).

There are two types of linguistic borrowing of foreign words: oral and written. The oral type was widespread in times when writing was not so accessible and in demand. Oral is based not on writing, but on the pronunciation of a word, in contrast to the principle of borrowing a written type. It is also based on the writing of a foreign word, which is formed by changing the form of a word using the morphemes of the Russian language.

There are several ways to form anglicisms [2]. Here are the most common ones:

1. Slang. Words that appear as a result of the distortion of any sounds (крезанутый от crazy — шизанутый)

2. Direct borrowing. Word's meaning in Russian is about the same as in the original language. (уик-энд - weekend; бойфренд – boyfriend)

3. Exotic. Words describing the specific national customs of other nations and used in the description of non-Russian reality. A distinctive feature of such words is that they have no Russian analogs (чипсы - chips, чизбургер - cheeseburger, хот-дог - hot-dog).

4. Hybrids. Words formed by joining the foreign root to the Russian suffix, prefix and ending. In this case, it is often unavoidable to change the meaning of a foreign word - source (бузить от busy; from talk speak - speak).

5. Calquing. Words from foreign languages that have retained their phonetic and graphic appearance (menu, disc, club, virus).

6. Half-calque. Words that obey the rules of the Russian grammar, formed by the addition of Russian morphemes (бойфренд (boyfriend) — бойфренду «Что ты подарила своему бойфренду?» - in the sense of "guy").

7. Foreign language inclusions. These words often have lexical equivalents, but stylistically differ from them and are used as an expressive means, giving expression to speech (о'кей - OK; wow - Wow; boom - Boom). (о'кей — OK; вау — Wow; бум — Boom)

8. Composites. Words consisting of two English words, spelled with a hyphen (секонд-хенд - a shop where they sell used clothing).

What happens to our language, speech on the Internet? On the one hand, it is a conversation, a dialogue, but it always happens in writing. From the point of view of structural characteristics, all communication on the Internet is an oral speech, but formally it remains written. The language began to change, a kind of hybrid form of speech appeared.

A peculiar Internet language appears, the most important sources of its replenishment are borrowings and word-formation.

Currently, there are numerous attempts to classify English borrowing in modern Russian. In our opinion, the approach to the classification of borrowings proposed by G. G. Timofeyeva and described by her in the work "New English borrowings in the Russian language" seems to be successful. The researcher identifies three ways of introducing a written form of a borrowed word into the Russian language: transplantation, transliteration, and practical transcription [3]. Transplantation involves the introduction of a foreign word in the Russian language in foreign language, with full preservation of

the graphic and spelling appearance (for example, non-stop, WWW); transliteration based on a graphic principle involves the transfer of a borrowed word by the letters of a borrowing language (for example, a killer, a sponsor); practical transcription uses the phonetic principle, in which the sounds of an alien word are transmitted in Russian letters (talk show, hi-wei). you can add a tracing - this is a method of translating the lexical unit of the original by replacing its component parts with a morph or words (in the case of stable word combinations) with their lexical matches in the language of translation To the methods of borrowing proposed above. In our work, we subdivide English loans into words that are introduced into Russian through transliteration; words entered into the Russian language with transcription, and calquing paper. [4]

Through transcription and transliteration (often these ways are combined), many words are formed that are actively encountered in the speech of users of social networks and messengers. Here are some examples:

Лайк (from English to like) - conditional expression of approval for the material, user, photos, expressed by pressing a single button.

Хайп (from English hype) - 1. what is fashionable at the moment, excitement, information noise, 2. a multi-valued term denoting style, hype and mass interest.

Флуд (from English flood) - 1. non-thematic messages in Internet forums and chats, often occupying large volumes, 2. - superfluous information on forums, chats.

Хейтер (from English to hate) - one who feels hatred for any person, an enemy, a squabbler.

Тролинг (from English trolling) - the spread of provocative, deceitful or offensive messages in order to create conflict situations, harassment and humiliation of a. persons, groups of people, allocated on a certain basis.

Чекин (from English to check in) is a message sent by a person to the social network that he is in a certain geographic point of the globe.

Лайфхак (from English life and hack) - useful advice to help solve everyday problems, ingenuity, find, recipe, worldly wisdom.

Gradually listed language units become more and more mastered, as evidenced by the occurrence of derived words from them.

As a rule, the basis of each word-building nest is borrowing or calquing the English root morpheme. Not only morphemes are borrowed, but also abbreviations, which then take place of root morphemes. Further, the process of word formation proceeds in accordance with the rules of the Russian word formation system.

The most productive word formation methods are suffixing and prefixing. Suffixing is an active formation of verbs: лайкать, лайкнуть; хайпить, хайпануть; кликать, кликнуть; флудить; троллить; хейтерить; чекиниться. In turn, their verb pairs are formed from them with the help of prefixes: то чекиниться — зачекиниться. With the help of suffixes, adjectives are formed: хайповый, офлайн-новый, веб-овский. International prefixes are used in the formation of nouns: антихайп (от «хайп»), дизлайк (от «лайк»). Thus, hybrids appear - words formed by joining foreign the Russian suffix, prefix and ending to the foreign root.

Borrowed and derived from borrowed words are successfully assimilated into the grammatical system of the Russian language. Thus, the words «лайк», «лайфхак», «фэйк» have their own declension paradigm, gender, and changes in numbers.

The process of borrowing from English is inevitable as the actual demand of modern life with its scientific and technological progress. In the modern world, English is the main means of international communication. The expansion of international contacts and the development of Internet technologies, and Internet communication contribute to the constant emergence of English borrowing in the Russian language. Perhaps this is a manifestation of the "globalization" of the English language, which is so often spoken and written about today. Linguists also mention the phenomenon of English-Russian bilingualism, which, perhaps, is a consequence of this very "globalization" of the English language.

At present, experts are inclined to believe that rational borrowing of words does not harm the language, but, on the contrary, contributes to its development.

References:

1. Malyshchik E. Russian borrowing in the English language: monograph. — M.: LAP Lambert Academic Publishing, 2013. — 80 p.
2. Timofeeva G. G New English borrowings in the Russian language / G. G. Timofeeva. — Ryzan: Yuna, 2015. — 108 p.
3. Kolokoltseva T. N. Internet communication as a new speech formation: monograph / T. N. Kolokoltseva, O. V. Lutovinova. — M.: Flint, 2016. — 356 p.
4. Krongauz M. The dictionary of the Internet.ru language / M. A. Krongauz, E. A. Litvin, V. N. Merzlyakova. — M.: AST-Press, 2017. — 288 p.

УДК-800

Ganzha A.A.
Financial University (Omsk branch)

THE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON LEARNING ENGLISH IN UNIVERSITY

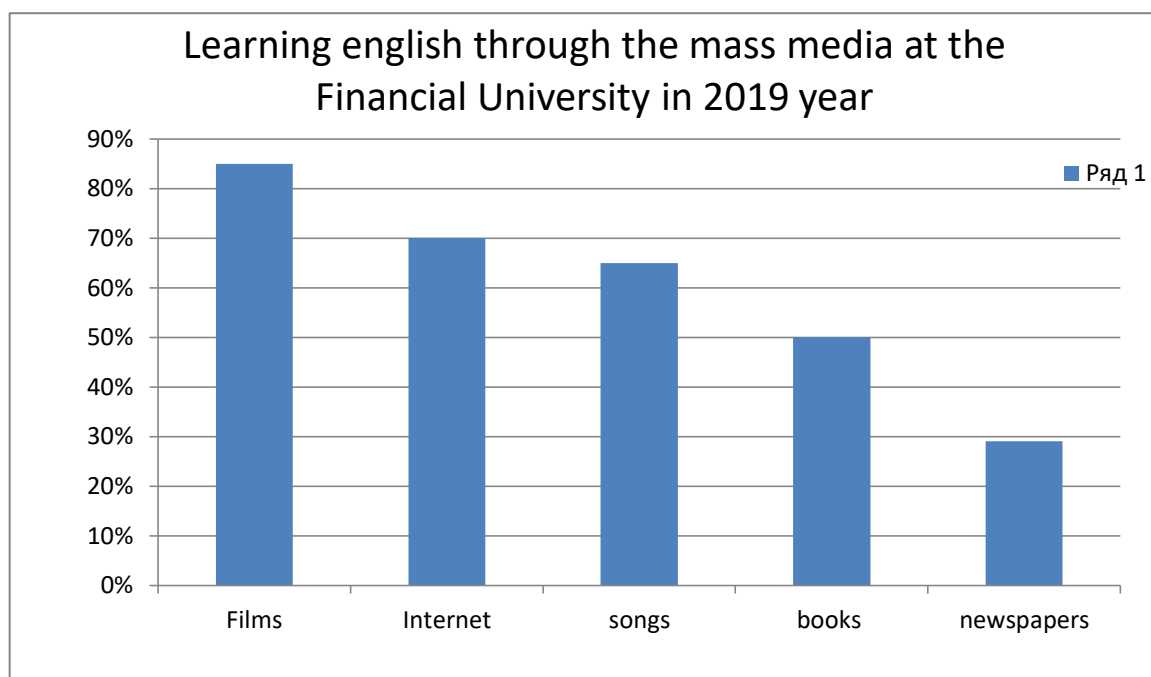
Abstract. *In the modern world, English plays a huge role in the life of every person. All countries have the opportunity to communicate in English. The article presents examples of the positive influence of the media on learning English.*

Keywords: *media, movies, internet, songs, listening.*

Media education today is one of the fastest developing trends in the field of education around the world. The aim of article is to analyze the importance of using Mass Media in learning listening English. Nowadays there are a lot of ways of learning English. People study English at school, some of them prefer attending extra classes with tutors, also we learn it at the university. English, like every other language has a lot of aspects, including grammar, vocabulary etc. But one of the most difficult is listening[2]. So we can use some extra sources for overcoming this obstacle. Direct or indirect influence of media on our lives is growing constantly, and traditional skills- the ability to read and to write print texts, must be supplemented with media skills – the ability to «read» and «write» audiovisual materials along with print media texts (television programs, films, web sites, advertisements, etc.). The argument for media education is drawing upon the students real life experiences. We can learn English language and cultures of the English-speaking countries. It also develops students' critical thinking, encourage them to become active viewers, listeners, thus becoming producers of their own messages [3]. What are the most effective methods when we study listening? Are there any effective ways to learn English than just listening to some dialogues and filling in missing phrases? So, the theme of this work is the influence of mass-media on the process of listening: advantages and disadvantages. The objects of my research are the internet, newspapers, books, films and songs. Firstly, it was decided to make a little survey among my peers at the university and here are the results (Picture 1).

This survey shows that nowadays the most interesting source of studying is watching films. The second place takes the internet and the third one is for songs. Thus my work is devoted to using that three leading ways: films, internet and music.

To begin with, everyone likes watching movies. No matter where: sitting at home or hanging in the cinema with friends, everyone likes it. Films on the foreign language are the best training of your vocabulary, memory and patient[2]. What is more, films help us to understand a lot of unknown words just because we see the visualization on the screen [1, p. 87]. Our students have realized it on themselves when they entered the university because this practice started exactly there.



Picture 1. Learning english through the mass media of Financial University in 2019 year

Students watch different films: comedies like «Bedazzled», fantasies like «The Hunger Games», etc. I noticed that every of them are much better in the original. Watching a dubbed film will never be as good as watching the original version. Why? Because in the original version the actor's voices are real. Everything is just like the director imagined. Learning English by watching movies is learning by input. First I get lots of correct English sentences into my head. Then I can imitate them and I can make my own sentences. Of course, there are important differences between movies and books. With books, I learn how native speakers write in English. With movies, I learn how they speak English. I learn what words they use. While speaking, native speakers use words and phrases that I often can't find in a books. In many movies the dialogue is like real spoken English.

Movies also let me learn informal and slang words which are not yet in English dictionaries. For example, in a movie we might hear: Give me the freaking keys! But you won't find the word «freaking» in a dictionary. We learn how they say these words. Movies let improve pronunciation, not only grammar and vocabulary. If we listen to Americans or British speaking English, we can learn to speak like them. We learn to understand spoken language. Movies are made for native speakers, not for learners of English [1, p. 86]. So the actors talk fast, just like native speakers talk in real life.

As an example of films that could be used in a process of education I can give the following: «The Shawshank Redemption», «The Great Gatsby», «Leon, the professional», «Catch me if you can». When we watch the movies like that, we can hear a lot of interesting dialogues, a big amount of professional terms and of course good actor's play. What is more, when we watch a good film we gain a lot of satisfaction and our positive vibes will encourage us to study hard and learn more. Also films with their main characters can be a good motivation for us. For example, the main hero of Shawshank Redemption – Andy was imprisoned for fifteen years, and all this time he was smashing the narrow in the wall of his camera. It took fifteen years to get to make his way for freedom. But he has done it [4, p. 10]. Watching this example of inhuman patient and labour will show us that everything is possible if we work hard.

Internet helps students to compare and classify information, to induce and deduce ideas, to analyze errors, to abstract concepts, to analyze perspectives, to gather information, to work in teams, etc. Information on the Internet has three characteristics that distinguish it from traditional classroom materials such as books, supplementary readings, videos and films. The information on the Internet is extensive, dynamic. Information is obtained immediately, inexpensively and without a great deal of ef-

fort. The extensive, dynamic and accessible nature of information on the Internet presents new challenges to the learner. Through the Internet we should focus our attention, think critically and attend to various chunks of information.

The Internet is nowadays considered to be the greatest innovation in Information Technology. The benefits and uses of the Internet for education are growing with every passing day. Internet can make education more available by more people. It can promote improved and new types of learning. Today schools and universities spend a lot of money for technology. Nowadays you can hear everywhere «the Age of Internet». The financial university in particular provides the students with some modern computer classrooms which have free internet access and the possibility to work with the resources of world online libraries.

Internet has three main educational uses. It serves as a source of information, a place for collaboration, and a place to learn. According to the theme of the article I would like to talk about the opportunities of learning listening through the internet. There are lots of educational online courses which provide us with the way to talk with the native English speakers. Besides they can be a source of professional knowledge in the form of articles, conferences, specific videos[4, p. 51]. You can work also with different educational websites such as BBC Learn English which offer a dozen of authentic audio stuff and a some special techniques for improving pronunciation and listening skills. Also we can organize some online lessons with tutors using face to face communication through the skype. So you can get some useful practice and experience

English songs have been very popular for people around the world for many ages. From Elvis Presley to Ricky Martin, from the Beatles to Eminem have all been sitting in everyone's heart, even for people who doesn't speak English, even for people who speaks zero English. Song is an important aspect to language learning. Students are interested in extra practice or learning English on their own [2]. The specific songs will depend on the student's age and current English level. Using songs to study English improves memory and pronunciation, and makes learning more fun. I think the easiest and the cheapest way to improve English language is to go to a website with the words of favorite English songs and copy the words to the song. Listen to how the singers pronounce the words, and then try to sing or say the words at the same. People like using English songs to practice English skill because it's easy and enjoyable. What is more, listening to music is the easiest way to train your memory, because you don't need to memorize the lyrics. You will remember the lyrics automatically.

Using various kinds of mass media in the classroom provide students with very useful language practice and offer creative and practical ideas[1, p. 86]. They are not only entertaining way of studying but also very effective as they encourage students learn English in general, giving them the confidence, the motivation and the ability to continue their education process. Mass media «inform, amuse, startle, anger, entertain, thrill, but very seldom leave anyone untouched»(Shirley Biagy, 1996).

Why is the Media Important?

- Media is important because we get to know the world through using them; we understand the world and try to change it[4, p. 8].

- Media Education is important because it develops students' creative powers for those images, words and sounds that come to the students from various Media, thus, creating more active and critical media users, who will always be more demanding in the future.

- Media Education has to do with film and television, press and radio, their impact on the students' progress. Its aim is to enable students to develop critical thinking, analyzing and reflecting on their experiences while using various means of Media.

- Mass media provide students with a lot of language practice through activities using newspapers, magazines, radio, TV, movies, books, Internet, etc, and tasks which develop reading, writing, speaking and listening skills.

If the students watch English films (especially those with English subtitles) they can expand their vocabulary and hear the flow of speech from the actors. If they listen to the news they can also hear different accents.

Music can also be a very effective method of learning English. In fact, it is often used as a way of improving comprehension [3]. The best way to learn is to get the lyrics (words) to the songs the students

are listening to and try to read them as the artist sings. There are several good internet sites where one can find the words for most songs. This way they can practice their listening and reading at the same time.

There are different purposes and ways for using internet in language classroom as well. The more widely students use it, the more advanced learning skills they obtain. Most internet websites are linguistically up-to-date and provide valuable linguistic data. They may offer a wide variety of authentic materials that become very important for the students' progress. So, they may be used as supplementary educational online courses which provide the opportunity to work with native speakers and professional tutors. Besides internet report real-life events, and this arouses students' curiosity. Internet-based activities in the classroom may engage students in enjoyable activities and encourage their further studying.

Список используемых источников:

1. Сокур, Е.А. Безэквивалентная английская лексика в финансово-экономической сфере [Текст] / Е.А. Сокур // Современные гуманитарные исследования. – 2018. – № 6(85). – С. 86– 89.
2. VitaMarg. Десять причин, зачем учить английский [Электронный ресурс] / VitaMarg. – Режим доступа: www.vitamarg.com/article-causes/678-prichini-uchit-angliyskiy, свободный.
3. Инглекс. Английские заимствования в русском языке [Электронный ресурс] / – Инглекс. – Режим доступа: www.inglex.ru/English-borrowings-in-russian, свободный.
4. Федорова М. Л. On some modern features of mass media language in English speaking countries [Текст] / М.Л. Федорова // Педагогика высшей школы. – 2018. – №2. – С. 8– 11.

УДК 808

Kosintseva O.A.
Financial University (Omsk branch)

USE OF FILMS, POEMS AND SONGS FOR THE DEVELOPMENT OF LEXICAL SKILLS IN TEACHING ENGLISH LANGUAGE

Abstract. *This work is an analysis of the development of lexical skills in the use of films, poems and songs in learning English. The article considers the influence of these methods in teaching English language.*

Keywords: *vocabulary, English language, skill, effective methods.*

Language is the most important means of communication, without which the existence and development of human society is impossible. In today's world, knowledge of the native language is not enough, so more attention is paid to the study of foreign languages. Foreign language is a compulsory subject of the curriculum, it is studied for many years, requires special methods and skills of teaching from the teacher, but mastering it outside the language environment is a great difficulty. A lot of effort is required from the student, but the role of the teacher is very important. In order to form a stable positive motivation of students in relation to a foreign language, in order to achieve the most optimal level of assimilation of educational material, the teacher should use non-standard forms of work, include in the learning process new techniques and methods of teaching foreign languages, apply to new technical means of training.

One of the interesting and important problems of modern methods of teaching English is the organization of training students of different ages through songs, movies, poems. Educational institutions are focused on improving the quality of the educational process and the effectiveness of learning foreign language. The relevance of the study is related to the vocabulary which is an important component of speech activity, thereby it determines the importance of studying lexical units in lessons of foreign language. Lexical units of foreign language are the source material by which speech is formed. In order to achieve the assimilation of foreign language vocabulary by students, it is necessary to work with such lexical units that contribute to the development of speech activity.

One of the effective methods of teaching is the use of poetic and song materials in lessons of foreign language. The use of poetic and song materials in the lessons is one of such effective methods of teaching. Many teachers and methodists who work with people at different stages of training, use poetic texts and songs in the study of foreign language.

First, poems and songs - a text material that people love, which is interesting to them, hence, work with them is positively and emotionally colored for the student and as already mentioned, greatly contributes to the assimilation of the material.

Secondly, musical, literary or folk material contributes to the understanding of language in the context of cultures. Learning language, people understand the culture of the language. Working with this kind of material a good prerequisite is created for the comprehensive development of human personality, because specially selected songs stimulate creative thinking and form a good taste. Song genre as one of the important genres of musical creativity due to the presence of verbal text is able accurately and figuratively to reflect the various aspects of social life of the people of the country of the studied language.

Third, poetic texts and songs are an excellent material for practicing rhythm, intonation of foreign language speech, improving pronunciation. In songs there is all - and ready phrases, and living language, and the same grammar. They give the ability to listen to speech, understand and remember by ear. Songs have an educational function, as they are means to assimilate lexical material better and expand the potential vocabulary of students. They contribute to the improvement of foreign language pronunciation skills, grammatical structures are better absorbed and activated.

Fourthly, when working with poems and songs, we solve the problem of multiple repetition of statements on the same model or perception of the same word. Multiple playback of a song or poem is not perceived as artificial. Audio materials have long been used in lessons of foreign language in the form of professional audio recordings of dialogues, poems, texts, exercises and tasks for phonetic charging. A special place is occupied by songs among the audio materials, they are used in teaching foreign language to students from preschool age.

The melody of the song should meet the interests and hobbies of students and its content carries a serious semantic load. It is necessary to pay attention to the singer of the song, as its interpretation is directly dependent on the tasks of the singer and his personality. It is needed to draw students' attention to the fact that rare English songs can be sung in chorus. They are most likely intended for individual performance and perhaps this is where the special authenticity of the English mentality manifests itself. [1].

Based on this, it can be concluded that poems and songs bring pleasure in learning of foreign language and instill love of poetry, give the opportunity to listen to their favorite foreign artists, while understanding what they sing, as well as increase the efficiency of the educational process. Poems and songs teach students to Express their feelings and convey them to others, to develop imagination and creativity of each, teaching them to work in a team.

Equally important is the introduction of students to the cultural values of the native speaker. For this purpose, authentic materials – videos and various video materials-are of great importance. Their use contributes to the implementation of the most important requirements of communicative methods- to present the process of language acquisition as the comprehension of a living foreign language culture; individualization of learning and development and motivation of speech activity of students. Also the use of video in the classroom contributes to the broadening of horizons of students, enrich their language and cross-cultural stock of knowledge. The use of the video contributes to the development of various aspects of students' activities, and above all, attention and memory. While watching in the classroom there is an atmosphere of joint cognitive activity. The video has quite a strong emotional impact on students, affects the formation of personal attitude to what the saw. Another advantage of the video is the immediacy of the image of reality, a special manner of communication leading to the audience. There is a huge amount of video material that can be used in English lessons. It can be commercials or interviews with famous people, cartoons or a story from the world's blockbusters, fragments of news and TV programs. [2]

The tasks of optimization of higher education in the country, the real implementation of the requirements of the FSES HE of foreign languages put teachers in the front of the need to revise the educational process, the development of a rational system of work that can ensure the mastery of future specialists speech and language skills for effective communication in situations of official business oral and written communication. [3, p.264] The Study of business foreign language contributes to the formation of both socio-cultural and professional competences. In the process of studying business English students develop the ability and willingness to learn the active vocabulary necessary for business communication, to search for and use the necessary information in English in the field of business communication, the ability to conduct a conversation, to execute information properly - writing business letters and e-mails, resume design, annotation and so on. [3, p.268]

The use of poems, films and songs creates a psychologically favorable climate and a comfortable atmosphere in the classroom. Methods of working with poems, songs and movies are combined with other techniques and make the lesson easy, interesting and memorable. And most importantly, the teacher should strive to ensure that the learning process would not be a monotonous mechanical reproduction of the studied material, the teacher should captivate his students and this is greatly facilitated by the work on films, poems and songs.

References:

1. Use of the song in teaching a foreign language [Electronic resource] / - Access Mode: <http://diplomba.ru/work/100875>, free.
2. Orlova, M.A. The Use of educational films in foreign language lessons [Electronic resource] /Orlova M. O. - Access Mode: <https://nsportal.ru/shkola/inostrannye-yazyki/library/2012/08/31/ispolzovanie-obuchayushchikh-filmov-na-urokakh> ,free.
3. Shmakova, A. P., Sokur, E. A. Formation of general cultural and professional competencies through a foreign language [Text] / A. P. Shmakova, E. A., Sokur E. A.// Actual problems of finance in the economy and social sphere. - 2018. - P.-264-271.

УДК 81

Lapteva A.O.
Financial University (Omsk)

COMPARATIVE CHARACTERISTIC OF THE TWO ENGLISH LANGUAGES: THE BRITISH ONE AND THE AMERICAN ONE

Abstract. *Nowadays there are more questions about the occurrence of the American English and its interaction with the British language version. This topic has attracted the attention of historians, linguists, since the origin of the United States of America. This article gives answers to all questions about the differences between the American and the British versions of the English language.*

Keywords: *the British English language, the American English language, history, development, phonetics, vocabulary.*

American and British English have common roots from the day of the Pilgrim Fathers (pilgrim is a man who left Foggy Albion and lived in the USA in the 17th century). The difference between them is easily noticeable. Nowadays, American English language has become particularly widespread: "... in a number of areas of human life and activity — in the areas of material culture, economics and finance, education and health, and many other areas — the American version is increasingly spreading around the world and tends to crowd out criticism... ". It was America in the twentieth century that contributed most to the spread of English. English in the United States of America is the national literary language of the American people and is a variant of the English literary language of England. It is characterized by its own linguistic norms in the areas of pronunciation, spelling, grammar and vocabulary.

For many years, English in many countries, including Russia, was focused on the British version of the language, while the American version had to be mastered in practice. At the present stage of development of the English language, it is impossible not to take into account the fact that students (not only students, but also schoolchildren) come into contact with the American version almost daily, watch American films, listen to American music, read labels on products and goods of the American origin. The global computer network Internet, as well as correspondence with the Americans, contributes to language practice. Of course, there are differences between the version of the language that we use in practice and the one that we study at school and higher educational institutions. Therefore, we must be competent in the differences between the American and British versions of the language.

- The relevance of our topic is determined by the significance of these two variants of the English language in modern society.

- The purpose of the study is to identify the main differences between British and American English.

- The object of study is the vocabulary, grammar and phonetics of the English language.

British English. The history of development

The history of the origin of the English language goes far back in time.

The Anglo-Saxon people are formed in the 7-10th centuries of our era. Then Scandinavians (Vikings) came to Britain who spoke Old Norse. Later, in 1066, the lands of England were conquered by the French. Thus, the language and culture of the Anglo-Saxons mixed with the Danes, the Norwegians and the French - hence the English nationality originate.

The conquest of England by the French was strongly reflected in the language spoken at that time by the British. For almost two millennia, French was the language spoken by English aristocrats, but English was only used by ordinary people. This led to the fact that a lot of French expressions appeared in the vocabulary of the English language.

Three centuries ago, there was only one version of the English language. It was spoken by the inhabitants of Britain. In the 17th-19th centuries, English travelers discovered many new lands, which were later settled by the British or became colonies of Great Britain. These are islands of New Zealand, India, countries of Asia and Africa, Australia and America. British English began to spread throughout the world. And in each region the language evolved and developed, its vocabulary, phonetics and spelling were enriched.

The emigrants returned to their homeland, bringing along a new language, altered in one way or another, with new technologies and goods.

Summing up and trying to figure out what is currently British English, you need to note a few points.

The first thing to dwell on is the fact that today British English is devoid of homogeneity, and the second one that it is completely different from the English language that existed three centuries ago.

Considering modern English, it is possible to distinguish three types in it:

1. Received pronunciation or BBC English - the language of the media, the standard adopted in the UK;

2. Conservative - a conservative type of language spoken in parliament and spoken by members of the royal family;

3. The language which young people speak is called advanced English, which is actively changing. Words from other languages and cultural elements of other countries are constantly being entered into it. Advanced English has a tendency to simplify to a greater extent than other types of the language.

The History of American English.

An American can be distinguished an Englishman from not only by a flawless suit, an imperturbable look and a fresh Times number, but an American from an Englishman can be distinguished by a lasso behind a belt and high cowboy boots. The modern inhabitants of these countries, above all, are easily distinguished by the language they speak.

English in the North American continent appeared along with the first settlers. The land was occupied by tribes who spoke in a strange language, wore strange clothes and cooked strange food. Even the landscape was very different from the English countryside.

American English is greatly simplified. As with the rest of the world, this process was necessitated. Ordinary, simple people who left all the past behind, went to America in the hope of finding happiness. And they needed a simple and affordable way to communicate, which would unite all nationalities.

Unlike the British version, American English is more flexible, open to change and easy to read.

In particular, that is why it became more common in the world. It is the language of a new generation without a certain nationality and place of residence, brought up in popular culture.

In the American English, there are three main dialects that people use to communicate:

1. North America (northern dialect);
2. South America (southern dialect);
3. Central America (central dialect).

Having decided once to learn English, a person is horrified by the variety of English tenses. The Russian people, using only three tenses in their language, think that variety of English tenses are terrible dream. From this point of view, American English is more attractive. The tenses of the Perfect group are almost completely superseded by the Simple tenses group. Many verbs have moved from "irregular" to "correct", verbal nouns are often used. Well, it's impossible to imagine modern American English without gonna (short of going to) which almost completely replaces the verb will.

Today, the English language spoken by Americans is not as diverse as during the formation of the United States of America. American English is clearly regulated and is the main language of communication and has the status of the state language.

Phonetic differences

"We have one language with the British; we only use it in different ways."

Differences in pronunciation

It is in the stress that the greatest differences between British and American English are manifested. Reading a text, it is not always possible to determine who wrote it but speech immediately gives out the nationality of a person.

In addition to accent differences, there are differences in the pronunciation of certain words.

The word "schedule" in the British version begins with the sound "sh", and in the American - at the beginning of the word "sk".

In the words "either" and "neither", the first two letters can mean a long sound "I", or a diphthong "ai". It is believed that the first option is more American, the second - more British. However, both of them may speak differently in different situations.

Differences in word formation

The suffix "-ward (s)" in the British dialect is usually used in the form "-wards", and in the US as "-ward". We are talking about words "forwards", "towards", "rightwards", etc. However, the word "forward" is actively used in Britain, and the words "afterwards", "towards", "forwards" are not unusual for the American dialect.

For American English, word formation through composition is more characteristic. Today, most often in the western hemisphere, stable phrases are transformed into new words. In the formation of phrases consisting of a noun object and a verb, speaking of its purpose, in the British version the gerund (sailing boat) is more often used, and the Americans will prefer to simply glue the verb with the noun (sailboat).

Spelling differences

- The words ending in British in "-our" are a bit abbreviated by Americans, and they end in "-or": "labor", "color", "favor" instead of "labour", "colour", "favour".
- The British words "apologise", "paralyse" in American are written as "apologize", "paralyze".
- Some words of French origin ending in "-re", in the American version, end in "-er": "center", "theater" instead of "centre", "theatre".
- The word "gray" in the British writing looks like "grey", and in the American - "gray".

Differences in word meanings

For the same concepts Americans and Brits often use different words. For example, an American would not call "toilet", but only "bathroom", even if there is no close bath or shower. The point (the one that is put at the end of the sentence) in English will be "full spot", and in American way - "period".

Differences in vocabulary and spelling

Finding differences in the vocabulary of the American and British languages is quite easy: there are relatively few of them, so that native speakers can easily understand each other. Many differences are simply a matter of preference: Americans prefer to use the word “railroad” and “store”, while the British prefer synonyms “railway” and “shop”, but all four words are used in both England and America. Many of the words that once separated American English from British English – “American cocktail” (1806), “skyscraper” (1833), and “supermarket” (1920s) - are now heard all over the world, and the British are increasingly using “radio”, “run”, and “Santa Claus” instead of “wireless”, “ladder” and “Father Christmas”.

Grammar Differences

Features of the past tense of the verb

When it comes to the past tense form of the verb, the British in writing can indicate this in two ways.

- For example: learned - learnt, burned - burnt, dreamed - dreamt, etc. True, they do not say - smelt, leapt, but only smelled, leaped. While Americans tend to use the ending “-ed” almost always, with the exception of the verbs “dream (dreamt)” and “smell (smelt)”.

In American English, Past Participle, that is, the past participle of the verb “get”, for example, can be expressed in two ways: got / gotten. While in British English it is acceptable to use the form “gotten”, but still it would be grammatically correct to use the form “got”.

For example:

- I’ve gotten a headache. - American English (talking about past events in general)
- I’ve had a headache. - British English

Here, too, there is a small difference, about which we may never have thought.

The British will say: My birthday is the 9th of September.

Americans will say: My birthday is September 9th.

That is, the Americans do not use the articles in this case, while the British use the formula article + of (article plus preposition).

Using the word got

In American (informal) English, this word is used to express:

- Needs (Past Simple)
- Accessories

For example:

- I got to go. = I gotta go.
- I got a new car.

And in British English, the word got is also used to express necessity and belonging, only with a different grammatical time - Present Perfect.

For example:

- I’ve got to go.
- I’ve got a new car.

The formation of complex (compound) nouns in American and British English

It's simple. In America, people use the following formula to form compound nouns: verb + noun. For example: jump rope, dive board. In the United Kingdom there is another formula: gerund (verb + ing) + noun. For example: skipping rope, diving board.

So, in this article various aspects of the two variants of the English language were investigated. We found out that the grammar system of American and British English is the same, except for simplifying some grammatical structures and using grammatical tenses. As for differences in pronunciation, experts believe that it is unlikely that a non-native speaker of English will speak without an accent. Although English is one of the official languages of the United Nations, even this organization cannot give preference to one version of English, since representatives of countries from all over the world work in it, and everyone has their own approach to English.

Список используемых источников:

1. Ананьева, Л.Г., Саржина, Е.М. Практическая грамматика английского языка. Синтаксис [Текст] / Л.Г. Ананьева, Е.М. Саржина. – Томск: Изд-во ТГПУ, 2003. – 76 с.
2. Арбекова, Т.И. Лексикология английского языка [Текст] / Т.И. Арбекова. – М: Высшая школа, 1977. – 193 с.
3. Заботкина, В.И. Новая лексика современного английского языка: учебное пособие [Текст] / В.И. Заботкина. – М: Высшая школа, 1999. – 124 с.
4. Ломакина, О.О. Конспект лекций по лексикологии английского языка [Текст] / О.О. Ломакина. – Томск, 2000. – 89 с.

УДК 339.9

Sandalkin A.A.
Financial University (Omsk)

FIFA WORLD CUP 2018 AS AN EXAMPLE OF SUCCESSFUL INTERNATIONAL COMMUNICATION

Abstract. *In this article the influence of FIFA World Cup 2018 on international communication and partnership is considered. This influence is analyzed from 3 aspects: politics, communication between fans and building of infrastructure. The article gives an opportunity to understand why FIFA World Cup 2018 is recognized as the best tournament in the whole history of football.*

Key words: *FIFA World Cup 2018, the Russian Federation, international communication, international partnership, football.*

In recent years, Russia has hosted many international sporting events. A large amount of money was spent from budget and investments, because holding of such an event is one of the possible ways to improve the informational background around the country, attract additional investments and develop touristic, sports and urban infrastructure. However, one of the most important components of large international sports competitions is the development of international partnership. Using the example of the largest event in recent years – FIFA World Cup 2018 – we will consider the impact of a large-scale sporting event on international relations in three components: at the level of interaction between countries, at the level of communication between fans, and also at the level of creating infrastructure for a comfortable time spending of foreigners on the territory of Russia.

Russia won the right to host the World Cup 2018 on December 2, 2010. From this moment, a large-scale campaign for the building and reconstruction of stadiums, hotels, improvement of urban infrastructure and landscaping in 11 cities of Russia was launched. The host cities were Moscow, Kaliningrad, St. Petersburg, Nizhny Novgorod, Volgograd, Kazan, Samara, Saransk, Rostov-on-Don, Sochi and Yekaterinburg. Some of these cities needed really large-scale work to adapt the urban area to the influx of fans, athletes and officials from all around the world. It is worthwhile to say that Russia has 100% dealt with the organization of the tournament, which was recognized as the best World Cup in the whole history of football.

The World Cup coincided with the aggravation of relations between Russia and European countries. There were such problems as sanctions from many European countries, strained relations with Great Britain because of the situation with poisoning Skripals and continuing confrontations with Ukraine. Because of this background, the risk of the boycott of the tournament by national teams appeared. Some countries and public organizations called for depriving the Russian Federation of the right to hold the championship in connection with Russia's participation in the conflict in eastern Ukraine and the annexation of Crimea to the Russian Federation. Sport has long been a powerful political weapon, despite it is believed that sport is out of politics. Contrary to this situation such special guests as Croatian President Kolinda Grabar-Kitarovic, President of France Emmanuel Macron, Emir of the State of Qatar Sheikh Tamim bin Hamad Al-Thani, President of the International Olympic Committee Thomas Bach had visited Russia during the tournament. So the entire negative background

around Russia was leveled by the excellent organization of the tournament and the atmosphere in the stadiums and city streets. As an example, here are the impressions of the President of Croatia Kolinda Grabar-Kitarovic: "I am impressed with how Russia deals with security issues at the new stadiums, how everything is simply and closely organized. We hear a lot of positive feedback from fans about how convenient it is to travel around Russia with Fan-ID. We are all happy, enjoying Russian hospitality and organization of the championship. "

Ensuring an effective and safe communication between fans is one of the most important tasks of the host country of any sporting event. The World Cup is the most difficult for the organization in this component because of several factors: football is the most popular sport in the world, the audience of football matches is numerous and heterogeneous, there is a danger of clashes between fan groups. The recent experience of France in holding the European Championship in 2016 showed that bad organization of security in cities affects the general background around the tournament negatively: the security services could not prevent clashes between Russian and English fans, so the whole tournament security was assessed as poor. Such a miscalculation by the organizing committee of the World Cup could put Russia in a position of an insecure country, which is unable to provide security. That is why a large number of forces were thrown at ensuring security and organizing the interaction of fans between themselves. According to various sources, from June 14 to July 15, more than 5 million foreign fans from more than 15 countries have visited Russia. An important step towards showing Russia's hospitality was a decree of President of the Russian Federation V.V. Putin, according to this decree foreigners who have issued a FAN-ID for arrival at the World Cup 2018, will be able to enter the Russian Federation without a visa by the end of the year. The city infrastructure provided excellent interaction between fans: each city organized special fan zones, where fans from all over the world were watching matches together, taking pictures, exchanging contacts and enjoying the atmosphere of a sports festival. As the British newspaper "The Independent" writes, Russia opened its arms. "In the era of global contradictions, difficult political issues and difficult decisions it is an amazing life-affirming experience to be with fans who have covered thousands of kilometers just to have a good time", the reporter says.

It is logical to assume that one of the reasons for such enthusiastic reviews of foreign guests is that Russia was ready to meet these guests. First of all it concerns the infrastructure. Such cities as Moscow, St. Petersburg, Kazan, Sochi have great experience in holding major events and dealing with a big tourist load, there also were such cities as Saransk, Samara, Volgograd and others, that needed large-scale preparation. In total, 12 stadiums with a capacity from 33 to 78 thousand spectators were built and reconstructed. In each city, terminals of airports which were needed to be ready to accept flights from all around the world were built or reconstructed. The infrastructure in the cities was modernized: traffic intersections, new buses and bus routes, metro stations, avenues. Each city was added by several new hotels, but even they were not enough for all the fans who visited Russia. Residents of Russian cities who rented out their apartments during the tournament could help in this case. The organization of navigation in the cities was promoted by volunteers who used their knowledge of foreign languages and communication skills to help guests of the country and to provide an atmosphere of a great sports festival.

So we analyzed the FIFA World Cup 2018 in Russia from the point of its role in the organization of international relations. Analysis from the point of three aspects allowed us to reflect the influence of the tournament on the image of Russia on the world stage. The conclusion suggests itself: the organization of international sporting events is the hallmark of our country, and the past World Cup is considered to be the best in history. Russia has broken a large number of stereotypes about itself, opening the doors for guests from around the world. According to forecasts, the tourist flow after the World Cup will continue to increase, because Russia has shown that it is a real tourist center, opened for absolutely everyone.

Список используемых источников:

1. 2018 FIFA WORLD CUP RUSSIA // Электронный ресурс / [https://](https://www.fifa.com/worldcup/) - Режим доступа: www.fifa.com/worldcup/, свободный.

2. FIFA – FIFA.com // Электронный ресурс / Режим доступа: <https://www.fifa.com/>, свободный.
3. Главная. Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России™. Первый канал // Электронный ресурс / Режим доступа: <https://www.1tv.ru/sport/fifaworldcup/live/>, свободный.
4. Чемпионат мира по футболу 2018. Последние новости - РИА Новости // Электронный ресурс / Режим доступа: <https://ria.ru/russia2018/>, свободный.

УДК 800

Sokur E.A., Voropaev K. A.
Financial University (Omsk)

ENGLISH – A GUIDE TO THE BUSINESS WORLD

Abstract. *This article discusses the globalization of the English language in the modern world in different areas. The causes of the mass distribution of the English language are revealed. The areas that are particularly influenced by the English language are considered.*

Key words: *English, business English, business, economy.*

«Business English» is a kind of set of special vocabulary and terms. Business English is becoming increasingly popular among those who study foreign language. Recently, this topic has become particularly relevant for people who want to find a prestigious job. Based on the above, the following questions arise: what is business English, why is it so popular, why is it needed? And how important is it in the global business today? We will try to answer these questions in this article.

Today, English is the international language of communication. This language is one of the most widely spoken languages in the world. For 400 million speakers it is native, more than 300 million people speak it. English, as it is also called, the inevitable giant, has penetrated almost all aspects of world society. This happened because back in the 17th century, when England became a conquering country, when the English fleet was one of the strongest in the world, this language penetrated into all corners of the huge globe. For England, first of all, it was important to establish trade relations. Remember there is already a rule: who has the gold has the rules. This means that he has the right to choose which language to speak. This situation has led to the fact that many European States and international organizations have adopted regulatory aspects related to higher professional education. In addition, this situation required consideration of the study of foreign languages as a very important aspect of professional self-realization of the individual, as well as its distribution in society.

This trend has contributed to the fact that English has become the language of trade and business. In many countries, this language "giant" occupies an important place today as the language of diplomacy, the language of trade and business. Approximately 90% of transactions worldwide are concluded in English. All financial funds and exchanges work mainly in this language. More than 50% of periodicals are also published in English, which in turn is the language of medicine, space technology and electronics. In addition, at the time of the transaction, for example, between the European and the Japanese negotiations will be conducted exclusively in the language of the conqueror, i.e. in English. All international corporations prefer this language. Many corporations, for example, Philips, conducts their specialists English language course even in the workplace. Even for oil company employees, special classes are held to improve the language [2].

To date, the study of English in Russia is partly facilitated by the presence and wide spread of non-equivalent English vocabulary, which is particularly inherent in the financial and economic sphere. «The reason for this is the national-cultural content of untranslatable words. They have no equivalent in the financial reality of another country. Such words are very interesting in their linguistic, cultural and socio-cultural aspects for the reason that they reflect and convey to us the national characteristics of the financial sphere of society» [1].

In Russia, some new, but already popular companies oblige their employees to learn English. In March 2017, the founder of the company «Dodo pizza» Fedor Ovchinnikov sent a letter to the employees, where it was reported that all working correspondence by e-mail would be in English only. The fact is that in 2015 the company began to enter foreign markets and opened the first point in the United States. Even then, "Dodo pizza" began to invest in the training of employees in English, but it did not bring any results. Then it was decided immediately to begin practice [5].

The news was received without enthusiasm: many people initially thought it was a joke. But soon the first letters in English began to come from the leaders, which required the answer. To help employees adapt, it was compiled a Glossary of the most common phrases in correspondence. It was assumed that a good command of colleagues who know English very well will fill it but it did not go. Also they tried to organize conversational clubs, but people went to them irregularly. Then the departments began to hold morning meetings in English at least once a week and by 2018 more than 60% of the head office employees are actively studying English, and the overall level of language proficiency has increased significantly [5].

When teaching business English it is necessary to take into account the specifics of business communication, namely the observance of the official business style of speech, for example, formality, stereotyping, accuracy of presentation, the presence of templates and clichés. The number of contacts with foreign partners is increasing every day, but what prospects will be for the further cooperation, the ability to communicate and negotiate with partners using the language of business communication. Studying the norms of business etiquette, rules and conventions allows specialists to avoid misunderstandings and awkward situations that are associated with the wrong assessment and interpretation of the behavior of another person. It will lead to more productive cooperation in the future.

As we can see, there is no competitor to English, and it confidently marches around the world, you can even say, travels around the world, which strengthens its status around the world. Business communication in English takes place every day and in different formats. There are areas of activity where English is indispensable, where negotiations are held only in English, for example:

1. Air industry, where passengers are multinational. In case of a problem, the crew of the aircraft should contact the nearest airport, regardless of which country the plane would not fly.

2. Hotel and restaurant business. It does not matter whether it is a European hostel or an Asian hotel, a well-known restaurant in the heart of Italy or a small family cafe in Valencia, the management requires the staff to be able to communicate in the language-chef.

3. Medicine. Science is rushing forward very quickly, there are new ways to treat serious and common diseases, there are new medicines and medical equipment. The instructions and manuals are mainly in English. At the same time, qualified doctors should constantly monitor what is happening in the medicine of other countries. They can do this through scientific articles that are published again in English.

4. Education. «Distance learning technologies in higher education institutions (HEI) are widely used. Widely used distance learning when students receive a second higher education» [3, p. 327]. Today, it is possible to study remotely at various universities in the UK (for example, London School of Business and Finance) and the United States (eCornell – Cornell University) [6]. To achieve such goal as higher education abroad, you need to know English.

5. IT-technologies. English became the first language in the world of computer technology. Anyone who has a desire to work in the field of IT or start doing business on the Internet, is obliged to study business English textbook that allows you to expand the vocabulary on this topic.

So, business English is welcome in many areas. If a person understands English well and is fluent in it, then great prospects are open to him. There is even a statement that English is the key to success in professional activities, it is also an opportunity to move up the career ladder successfully and effectively realize their potential. Most young professionals dream of working in large international companies, getting a good salary and discovering the world of big business, communicating with foreigners. English is needed even in those professions that, at first glance, are not associated with it. For example, a person with a technical education, such as a programmer or an engineer, has the opportunity

to go abroad under a contract, where experienced professionals are valued and there are good conditions for their life and work. It follows that business English is a prospect for getting a good job. You can expect an employer to give a high-paid position, having good English skills. In our country, there is a large number of branches of foreign firms that are in search of experienced personnel. Often it even happens that a person who is ideal for such work has only one drawback – ignorance of English. This, of course, prevents worthy candidates from implementing their skills and improving in their business.

Thus, the important component of success in almost any field of activity in modern conditions is the possession of foreign languages, especially English, as most people from different countries communicate on it. The ability to speak English is a mandatory requirement in a globalized economy. Knowledge of English will be an undoubted bonus in employment and will give great prospects for career advancement. It is important to know this, learn the language and move forward in your career.

References:

1. Sokur, E.A. Non-Equivalent English vocabulary in the financial and economic sphere [Text] / E.A. Sokur // Modern humanitarian studies. - 2018. - №6. - P. 86-89.
2. Poddubnaya, E.V., Belousova, A.S. The Role of the English language in various fields: trade, economy, industry, business, sports [Text] / E.V. Poddubnaya, A.S. Belousova // Young scientist. - 2017. - №7. - P. 585-587.
3. Sokur, E.A., Belyaev, P.V., Milenina, M.A. Problems of distance learning in technical branches [Text] / E.A. Sokur, P.V. Belyaev, M.A. Milenina // Russia young: advanced technologies – in industry! - 2013. - №2. - P. 327-329.
4. Voropaev, K.A. Communications and capacity of organizations in the global economy [Text] / K.A. Voropaev // «Language, religion, society: topical issues»: collection of scientific articles of the International scientific and practical conference. Edited by I.A. Yurasov, O.A. Pavlova. - 2018. - P. 201-203.
5. RBC news Agency [Electronic resource] / «from may HART»: how to teach employees English. - Access mode: https://www.rbc.ru/own_business/25/06/2018/5b2cd4b39a794780497a3284, free.
6. Representative of educational centers of Europe and America in Russia «Master» / Distance learning abroad. - Access mode: <https://www.magistre.ru/articles/zaochnoe-obuchenie-zarubezhom.html>, free.

УДК 81'243

Starodumova A. D.
Financial University (Omsk)

THE GLOBALIZATION OF THE ENGLISH LANGUAGE AND ITS INFLUENCE ON THE RUSSIAN LANGUAGE

Abstract. *The article considers the main reasons why English takes the place of the language of world communication in the 21st century, the role of the globalization of English language and its influence on the Russian language.*

Key words: *world language, globalization, Anglicisms, world community.*

With the transition of a person to a new phase of development, known as the information society, English has received additional benefits largely due to the fact that the revolution in the field of information technology and communication systems occurred primarily in the United States.

The purpose of the research is to understand the importance of the English language in the modern world, to identify the reasons why it is the English language that plays the leading role in the 21st century and the prospects for maintaining its position and future development.

The relevance of the chosen topic is indicated by the fact that at present English has acquired the status of a language of international communication for people for whom it is not native.

To achieve the goal set at the beginning of work, it is necessary to solve some problems:

1. Consider the historical reasons why English began to develop as an international language;
2. To analyze the main causes of the globalization of the English language;
3. To substantiate the choice of the English language as a way of intercultural communication;
4. To study the influence of the English language on the Russian language.

A few centuries ago, the history of all mankind was fragmented and divided into the history of individual countries, peoples and cultures, but today it turns into a global single history: everything that happens in the life of individual countries, in one way or another, affects life in other parts of the globe. Globalization has become the leading process of modernity. An obvious positive result of the globalization process is the ability to communicate with people of different cultures, which quickly became a common reality for many countries and peoples. This circumstance gave rise initially to interest in intercultural communication, and then to the need of its studying.

English has not become an international language as quickly as it seems. It began in the 17th century, when England ceased to be a conquered country and became a conquering country, having succeeded quite well in this affair: initially English became widespread in all parts of the world due to the expansion of influence and the colonial conquests of the powerful British Empire. England gave impetus to the emergence of the world economy and the development of international relations in the XVIII century. Naturally, the language of the dominant and more developed country overshadowed local languages.

In the modern world political, economic, scientific, sports life is conducted in English. It is the official language of most international organizations and has official status in 62 countries of the world. According to scientists at the University of California, more than 80% of all information in computers around the world is stored in English. About 90% of international telephone calls are in English. Three of the four emails that millions of users send to each other every day around the world are written in English.

English becomes the global language due to American economic and political, and then cultural (meaning, above all, the culture of consumption) superiority in the second half of the twentieth century. The role of the USA is also significant in the fields of popular music, cinema, business, and finance.

Attention should be paid to the peculiarities of the English language, which predetermined its victory in a kind of race for global linguistic domination.

Firstly, it is the wealth and depth of the lexical composition. The 20-volume Oxford Dictionary of Modern English includes over 615 thousand words (for comparison, the 20-volume Large Academic Dictionary of the Russian language - about 215 thousand words). If we consider the scientific and technical terminology, then the total lexical composition of the English language exceeds one million words, which makes it the largest one in the world. The presence of a large number of synonyms, the phrasal and idiomatic richness of the English language contain the potential to express a variety of meanings and solve any communicative tasks.

Secondly, English has an important quality of flexibility. Flexibility is manifested at different levels of the language system. The word order, the voice category, the ability to use the same word as a noun and a verb — all works on the flexibility of the English language as a communicative tool.

Thirdly, the English grammar has a higher degree of unification than most world languages. Attention should be paid to the verbs: if, for example, in Latin the verb had 120 possible forms, and in modern German it has 16, English only 3 are actively used.

Fourth, English is considered relatively simple in terms of spelling and pronunciation.

Fifth, the globalization of the English language contributes to its cosmopolitan character: it actively accepts thousands of words from other languages with which it historically came into contact.

The listed linguistic factors of the attractiveness of the English language are of great importance for receiving global status, but, nevertheless, they cannot provide it without well-known factors: technological, political, economic, ones.

If we talk about the relationship of the Russian and the English languages, we can say that the second one has a significant impact on the first one. As a result, major changes are taking place in modern Russian. The main reason for this is Russia's active integration into the world community, in which English is the main language of communication.

Indeed, nowadays in Russian there are many English borrowings, officially recognized by the strictest Russian dictionaries. The largest number of borrowings falls on new areas where the system of Russian terms or names has not yet been formed. So about 15% of English borrowings are words that appeared in the Russian language as a result of satisfying the need for naming a new thing or concept.

For example, a large variety of cosmetics, previously unknown to a Russian-speaking person, has become a reason for borrowing words like make-up, concealer, peeling-cream, etc. from English.

In connection with the spread of American films the Russian language there were such borrowings as a blockbuster, thriller, cyborg in.

Along with the previously borrowed word "sandwich" in the speech of a Russian person, words that concretize the meaning of this word - "hamburger" (inside beefsteak), "fishburger" (inside fish), "cheeseburger" (cheese), "chickenburger" (chicken) appeared.

It is possible to single out especially the sphere of human activity, which expanded greatly our vocabulary - this is a computer and the Internet. Words like e-mail, printer, cartridge, file, website, provider, server, monitor, modem, and many others are becoming more common.

Another reason for borrowing Anglicisms is the tendency to replace Russian descriptive turnover with one word. For example, second-hand replaces the turnover of "used clothing", inauguration - the taking office ceremony of the president of the country, follower - the one who subscribed to update someone's microblog in "Twitter" or "Instagram".

It can be concluded that the influence of English in the world is quite large and continues to grow every year. Borrowing increases lexical wealth, and also serves as a source of new roots, word-formation elements and precise terms and is a consequence of the conditions of the social life of the mankind, and therefore it is fair to say that borrowing is quite reasonable and does not pose any threat to the language.

English in the modern world undoubtedly plays a significant role. It is safe to say that it will continue to take the place of the language of the world communication, since no other language is spoken by so many people in the world. English actively influences the Russian language, as evidenced by the wide use of English-language words, slang in some areas of the life and speech of young people in general. However, a minus of English as an international language is that all communication innovations divide people, leaving behind those who do not understand English. This is the reason for such an intensive study of English in Russia.

References:

1. The globalization of the English language and its influence on the Russian language [e- resource].- Access mode: <https://www.metod-kopilka.ru/globalizaciya-angliyskogo-yazika-i-ego-vliyanie-na-russkiy-yazik-71400.html>, free.

2. The globalization of the English language. How to learn a foreign language? [e- resource].- Access mode: <https://info.wikireading.ru/69838>, free.

УДК: 304.2

Krivko A. V., Shikeeva E. Zh.
Financial University (Omsk)

ARE NEWSPAPERS DYING? THE FUTURE OF PRINT JOURNALISM REMAINS UNCLEAR

Abstract. *The article devoted to crisis of print journalism. The message of the article is that newspapers are losing their popularity. The article deals with the opposition of the print industry to the electronic media.*

Key words: *newspapers, Internet, mass media, printed publications, websites, advertising.*

Currently, printed publications are at the stage of extinction, as more and more people prefer to look for the necessary information on the Internet. The success of the newspaper is determined not so much by the circulation, but by the demand on the Internet. Printed publications around the world every year are lost in circulation and suffer from great losses.

Every day brings more news of layoffs, bankruptcies and closing in the print journalism industry.

Newspapers have a long history that dates back hundreds of years. But with the advent of radio and later TV newspaper circulation began to decline. The newspapers became not the only source of news anymore. [5]

TV also captured more of the ad revenue that newspapers had relied on. Despite this newspapers managed to survive, because they could provide the kind of in-depth news coverage.

With the emergence of the Internet a lot of information was free.

The Internet appeared in 1983. Currently, it is very popular in all countries of the world. The name "Internet" has no equivalents and sounds the same in the languages of all countries. [3]

Most newspapers started to use websites in which give away their content for free.

Also, the economic recession accelerated the problem of print journalism.

Revenue from print ads has reduced, and even online ad revenue has slowed. And newspaper publishers have responded with layoffs and cutbacks. The decline in advertising revenues in print media in Western Europe and the United States, the reduction of professional staff, as well as the release of the press in the ultra-popular social networks today make the future of periodicals on paper partly uncertain.

Nevertheless, newspapers still represent an unrivalled source of in-depth news, analysis and opinion. The decline in advertising revenues in print media in Western Europe and the United States, the reduction of professional staff, as well as the release of the press in the ultra-popular social networks today make the future of periodicals on paper partly uncertain. If papers disappear completely there will be nothing to take their place.

However, the situation in Russia is different. According to the results of a survey of the all-Russian center for the study of public opinion (VTSIOM), published on the website of the organization, the consumption of printed periodicals has decreased in recent years by more than 20 %, but the Russians are not completely ready to abandon the paper versions of the media.

"The consumption of printed periodicals (Newspapers, magazines) for several years has decreased more than significantly: if in 2014 it was read with some regularity by 77%, in 2017 - 55%," the report said. At the same time, more than 79% continue to say that they are not completely ready to abandon the print press in favor of the Internet media. [4]

As noted by VTSIOM, choosing between electronic and printed versions of the media to read an interesting article, preference is increasingly given to the first method of obtaining information.

"The consumption of news stories has been steadily and systematically moved in the channels of digital media. And if the older generation is not completely ready to be free from paper sources, the youth audience and residents of megacities are increasingly switching to operational digital methods of content consumption. There is a noticeable trend of decreasing consumption of information from traditional magazines and Newspapers on the Internet. Our compatriots are increasingly using search engines, integrators and messengers for orientation in the information flow", - commented on the results of the survey the General Director of the Fund VTSIOM Konstantin Abramov. [4]

There are a lot of opinions what newspapers must do to survive.

Some consider that papers must start charging for their web content in order to support print issues, but another believe that printed paper will soon become online-only entities.

At present-day the number of the Internet and social media users is higher than the readers of print media. [2]

But the way we see print media is still one of the important medium mass communication. And there is no single answer: which media is better, print or electronic.

Print media has the advantage of having 24 hours as its deadline and generally you will find more stories in newspapers.

Newspapers also provide reliable information, unlike the Internet, which has a lot of fake news. For example, during the election race in the United States fake news on Facebook overtook 19 major news outlets combined in terms of engagement (likes, reposts and comments). [2]

But on the other hand, electronic media being an audio-visual medium create more interest among viewers.

Print media has a presence online and everybody can get electronic forms of newspapers anytime of the day on the computers via the Internet.

But we don't think that print media will disappear, because the newspapers are more informative and the written words attains more credibility than the visual.

When people talk about the death of the print press, they do not mean its complete destruction. Rather, rethinking to perform some specific functions, rather than just providing information. Content in the modern world lives and dies so quickly that you can follow it only virtually. [1]

In conclusion, it is necessary to mention, that as long as people value in-person interaction there will be a space for print media in the world.

Список используемых источников:

1. Пушкина, Е. Ю. Современное состояние и будущее печатных средств массовой информации [Текст] / Е. Ю. Пушкина // Молодой ученый. — 2014. — №8. — С. 411-415.

2. Пустовалов, А. В. Печать или веб? Ведущие газеты США в борьбе за популярность [Текст] / А. В. Пустовалов // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. №3. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pechat-ili-veb-veduschie-gazety-ssha-v-borbe-za-populyarnost>, свободный.

3. Сокур, Е. А. Безэквивалентная английская лексика в финансово-экономической сфере [Текст] / Е. А. Сокур // Современные гуманитарные исследования. – 2018. - №6 (85). – С. 86-89.

4. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). /Эпоха цифровых медиа: бумага против экрана. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116624>, свободный.

5. Rogers, Tony. "Are Newspapers Dying?" ThoughtCo. [Электронный ресурс] / Rogers, Tony. - Режим доступа: <https://www.thoughtco.com/are-newspapers-dying-2074122>, свободный.

УДК: 332.1

Vorobieva I.A.
Financial University (Omsk)

CLUSTERS AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF REGIONS

Abstract. *The article analyzes the essence and significance of the cluster as a new direction of regional development. Special attention is paid to the role of clusters in the development of regions.*

Keywords: *development of regions, cluster, a new direction of regional development.*

Since 2010 the cluster has been implemented in the system of territorial development management and spatial organization of the economy in the Russian Federation. Local governments of many Russian regions began to implement cluster policy in the region to ensure a high level of income, strengthen the competitive position in the domestic and foreign markets [7, p.196].

The Russian cluster is a form of spatial system-organized set of participants in economic relations involved in the production of a certain product. Clustering allows to improve the economic efficiency of the cluster as a whole, and individual members of the cluster. The peculiarity of the Russian clusters is that they usually consist of several small and medium specialized enterprises, or one big organizations and small businesses – providers [7, p. 198].

The key task solved by territorial clusters is the socio-economic development of the region, but in addition, it is necessary to pay attention to a number of other strategically important tasks, which in-

clude: strengthening the competitive position of enterprises and organizations that are part of the territorial clusters, as well as the region as a whole; the development of infrastructure of territorial clusters; attracting investment in the regions based clusters; the development of vocational education; stimulating the development of small and medium-sized enterprises; formation, transformation of effective mechanisms of public-private partnership; development of international scientific, technical and industrial cooperation [8, p. 306 – 307].

The idea of clustering production did not appear in the XXI century. It is believed that the prototype of modern clusters were territorial production complexes (TPCs) in the USSR. TPCs were a community of the largest interconnected enterprises located in a relatively small area. The main goal is ensure the effective use of natural and labor resources of the region.

If we consider in detail the process of formation and functioning of these tools, it is still necessary to distinguish these concepts. And why:

1. Clusters are formed «from below», TPC were created by the state – «from above».
2. Clusters appear in old industrial areas, located within the boundaries of urban agglomerations, and TPC-mainly in areas of new development with low population density.
3. The system of relationships in clusters is horizontal, the leading role in the structure of the TPC belonged to large vertically integrated enterprises.
4. Clusters focus on market demand, while the main customer for the TPC is the state.
5. The specificity of clusters is the presence of not only external but also internal competitive environments, while the competition of the TPC is often reduced to the struggle for government orders.

The main drawback of many TPCs, because of which they actually gradually disappeared, was that they were created artificially. In the nineties there was a destruction of established economic relations and many of the TPC were not viable in market conditions. However, the concentration of TPK does not contradict the cluster approach and yet may be the most effective tool, for example for the development of the regions of the new development [8, p. 309 – 310].

So, let's consider the process of folding a potential cluster. Formation begins «from below» [8, p. 305]. Representatives of business or scientific community develop the project. Organizations and enterprises form centers of concentration of industrial, scientific, innovative potential in the regions of Russia. Combining allows to increase the competitiveness of each individual member of the cluster, the cluster as a whole and the region in which the cluster operates. Principles of organization of cluster were identified in the scientific literature, which include:

- compatibility - ensuring the integrity of activities;
- feedback - the ability of the cluster to transform under the influence of environmental changes;
- development - implementation of the reserve for growth;
- cooperation;
- competition [7, p. 201 – 202];

At the stage of organization of clusters in Russia, a number of characteristic features that cause problems in the implementation of cluster policy were identified:

1. Organization within economic zoning, territorial division of labor and TPC within administrative borders. The discrepancy between the economic zoning and the administrative borders of the Federal districts provokes a kind of confusion, as a result, the efficiency of the Russian cluster decreases.
2. Formed under the guidance and participation of the state with appropriate funding programs.
3. Formed on the basis of Soviet production chains.
4. Formed on the basis of the remaining TPC.
5. Formalized in various forms of integration.
6. Managed by the state (directly or indirectly) [7, p. 116].

Development projects of territorial clusters is an effective model of public-private partnership. The formation and development of clusters is an effective mechanism for attracting foreign investment, as well as the integration of Russian clusters into the world market of hightech products. It allows to improve significantly the level of technological base of the country and economic growth [8, p. 305].

The most common formalization of cluster policy is the programmatic approach used to support territorial clusters. Public authorities and local governments contribute to the development of clusters as follows:

- support for institutional development of clusters;
- development of mechanisms to support projects aimed at improving the competitiveness of enterprises and promoting the effectiveness of their interaction;
- providing an enabling environment for cluster development;

Today, at the Federal level, the provisions relating to cluster policy are proposed by the Concept of long - term socio-economic development of the Russian Federation for the period up to 2020 and the strategy of innovative development for the period up to 2020 [8, p.310].

The concept of long-term socio-economic development of Russia will be achieved through the formation of at least 6 – 8 territorial production clusters focused on hightech production in priority sectors of the economy, as well as the formation of territorial production clusters in underdeveloped areas focused on deep processing of raw materials and energy production using modern technologies [4]. The strategy of innovative development basis of the Concept of long - term socio-economic development of the Russian Federation. In the process of implementing the first stage of the Strategy will support cluster initiatives and ensure the formation of technological platforms [5].

As mentioned above, cluster policy is one of the most important areas for attracting foreign direct investment. To attract international hightech companies to the location of production, research and engineering centers, a mechanism is used, which is to provide the possibility of placing production on favorable terms, ensuring demand, concluding agreements on interest in the acquisition of products by companies with state participation.

Since 2010, the Ministry of economic development of the Russian Federation provides subsidies to the regions for the establishment and operation of cluster development centers in accordance with the Government Decree №41 of January 28, 2016 «The rules for granting subsidies from the Federal budget to participants of industrial clusters for reimbursement of part of costs in the implementation of joint projects for the production of industrial products of the cluster for import substitution». The subsidy is provided for the creation and development of industrial cooperation of participants of the industrial cluster, as well as for the creation of new high-performance jobs.

At the same time, the project must meet a number of criteria, in particular to ensure the achievement of the 5th year from the beginning of implementation: increasing the number of high-performance jobs in the amount of not less than 15 % of the total average number of personnel; reducing by at least 10% the cost of the initiators for the purchase of components from organizations that are not members of the industrial cluster; increasing by at least 10% the cost of all participants in the joint project for the purchase of components produced by the initiators; increase by not less than 10% of the value added of industrial products created by the enterprises, initiators of the joint project; increase in the amount of not less than 10% of the revenue of participants from sales of industrial products of the industrial cluster to organizations that are not members of the industrial cluster [3];

The Ministry of economic development of Russia has developed a Decree of the Government of the Russian Federation dated March 27, 2013 № 272, the main purpose of which is to improve the efficiency of special economic zones, to which, among others, innovation clusters are equated.

Government resolution №1487 of 30 December 2012 establishes the possibility of providing state guarantees to the constituent entities of the Russian Federation and municipal guarantees on loans or bond loans for the implementation of investment projects aimed at the development of innovative clusters, special economic zones, territorial development zones, technoparks and industrial parks. The document will provide an opportunity for the constituent entities of the Russian Federation and municipalities to use more actively and, most importantly, more effectively the funds of Federal development institutions and other credit institutions, which are secured by state or municipal guarantees.

It can be concluded that cluster management is a promising direction of the state policy for the development of territories, which will allow: to ensure sufficient stability of management; to eliminate the shortcomings of sectoral management; to fully take into account the interests of the participants of

the regional economy, as well as the regional economy as a whole; to manage budget funds aimed at supporting the economy as efficiently as possible [6, p.117].

Despite the strong support of the state, Russian clusters currently have a predominantly initial level of organizational development, only 8% of clusters are characterized by a high level of organizational development.

Today, according to the Association of clusters and technoparks and experts of the Higher school of Economics, the average level of cooperation in various industries is: in timber clusters – 15 – 20%; in automotive and aerospace – 20 – 25%; in clusters of the medical industry – 10 – 15%; machine-tool clusters – 5 – 10%» [10].

I would like to mention the project «Map of clusters of Russia». The aim of the project is to create an open, relevant, interactive database of clusters in the regions of Russia. The project was initiated and developed by the specialists of the Russian cluster Observatory Institute of statistical studies and Economics of knowledge NRU HSE. According to the information, in Russia today there are 119 clusters in different sectors of the economy in different subjects of the Russian Federation [9]. In the future, Russian clusters have yet to realize their potential to achieve socio - economic development of the regions and the country as a whole.

Список используемых источников:

1. Постановление Правительства РФ от 28 января 2016 г. № 41 «Об утверждении правил предоставления из федерального бюджета субсидий участникам промышленных кластеров на возмещение части затрат при реализации совместных проектов по производству промышленной продукции кластера в целях импортозамещения» // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».

2. Постановление Правительства РФ от 27 марта 2013 г. № 272 «О внесении изменения в постановление Правительства Российской Федерации от 26 апреля 2012 г. № 398 «Об утверждении критериев создания особой экономической зоны»» // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».

3. Постановление от 30 декабря 2012 года № 1487 «О предоставлении государственных гарантий субъектов Российской Федерации и муниципальных гарантий по кредитам либо облигационным займам» // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».

4. Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 года № 1662 – р «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».

5. Распоряжение Правительства РФ от 8 декабря 2011 года № 2227 – р «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».

6. Ахунжанова И.Н., Томашевская Ю.Н., Дрозд О.В. Управление региональной экономикой: мировые тенденции и перспективы развития кластеров судостроения в России [Текст]//Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент» – Т. 9 – № 1. – 2015 – с. 7 – 17.

7. Ильина И.Н. Региональная экономика и управление развитием территорий: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст]/ И.Н. Ильина, К.С. Леонард, Д.Л. Лопатников, О.Б. Хорева [и др.]: под общ. ред. Ф.Т. Прокопова. – М.: Издательство Юрайт – 2018. – 351 с.

8. Карта кластеров России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://map.cluster.hse.ru/>, свободный.

9. Официальный сайт Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://government.ru>, свободный.

10. Угрюмова, А.А. Региональная экономика и управление: учебник и практикум для бакалавра и магистратуры [Текст]/ А.А. Угрюмова, Е.В. Ерохина, М.В. Савельева. – М.: Издательство Юрайт – 2017. – 445 с.

THE GLOBALIZATION OF THE ENGLISH LANGUAGE AND ITS INFLUENCE ON THE RUSSIAN LANGUAGE

Abstract. *In recent years, integration between countries and cultures has intensified. The generation of the information society has been formed. The global economies of the world continue to grow rapidly, especially the American and British ones. All this has not only a positive, but also a negative impact on existing languages. In this article I will analyze the peculiarities of the globalization of the English language in different areas of a person's life and how this is reflected in Russian.*

Keywords: *globalization, English, Russian, international communication, borrowing.*

The life of a modern person cannot be imagined without the knowledge of English. English surrounds us everywhere. Just look back, the English words in the headlines of newspapers and magazines, on television, in the store on the labels of products, in the names of various household tools that we use daily. Wherever you are, you can see signs and advertisements written in English. Even in our speech, we often replace Russian words with English ones. And some English words have already penetrated into the Russian language so much that people do not even notice borrowing. English has become the language of international communication. According to linguists, at the end of the twentieth century, people spoke more than 6000 languages. However, scientists believe that in the twenty-first century, almost half of the world's languages will stop existing.

1. The value of the English language in different areas

Today, English is the first or second official language in 58 countries of the world and in 28 non-sovereign objects on almost all continents of our planet. "English has strengthened its influence by becoming the language of the Internet, saving 80% of the general information in English," reports David Graddol, a British linguist who worked on applied language, discourse analysis, sociolinguistics, and history of linguistics. Perhaps a greater number of people speak Chinese and Spanish, but only English is the language of intercultural communication. Try to find an industry where English is irrelevant. You are most likely not to succeed, because English is the language of almost every field of knowledge, ranging from science and education to tourism.

Science and IT-technologies. English has become the language of the XXI century - the century of technical progress and information technology. Today, all instructions and programs for new gadgets are written in English. Scientific reports, articles, reports are published in English. 90% of Internet resources are English-speaking. Especially in the field of programming English is not replaceable. So, absolutely all programming languages are written in English. Moreover, the invention of the World Wide Web occurred in America in the 60s of the last century, therefore the entire operating system and terminology of computer technology for users is presented in English too. Consequently, in the field of science and technology there is not a single step without English.

Education. In addition, English is also the most popular foreign language in schools. The most prestigious universities in the world are English-speaking ones. In countries where English is the second state language, students prefer to learn it from there. Also, most European countries and international organizations have adopted regulations of higher professional education. The main idea is to intensify the efforts of the states of the region to develop the conditions for free access of young people to the intellectual resources of other countries, members of the Council of Europe, in order to address the shortage of highly qualified personnel.

Politics, trade and business. In many countries, English takes a very important place as the language of diplomacy, trade and business. At international conferences and summits, English is the predominant language of communication and negotiations. 90% of global transactions are in English, including shopping on the Internet. World financial funds and stock exchanges also work in English.

Tourism. Travelling without foreign language skills is quite difficult. The most common language of tourism is English. All modern tourist routes are made in English. It does not matter where you are in the world, you are most likely to understand English everywhere. This was facilitated by large-scale travel of the British in the 17-18 centuries in the era of great geographical discoveries. So English has penetrated all corners of our planet. Of course, there are some exceptions to the rule, for example, in the provinces of China, people usually do not know any foreign language.

2. English language in social communication

Classical English has dialects such as Indian, Nigerian, American, Singaporean, Australian, and some others. The appearance of dialects or varieties can be explained by the colonial policy conducted by the British Empire, due to which many nations lost the value of their native language and independence.

At the end of the 20th century, British intelligence provided information that more than 60% of the total world mail volume was processed in countries where English had official status. Also, according to linguists, the number of native speakers of English is about 435 million, it is the third most widespread language in the world after Chinese and Spanish, about 3 billion people in the world speak it and know it as the second language. It should also be noted that it is one of the six official and working languages of the United Nations.

In my opinion, knowledge of English, at least at the elementary level, is objectively necessary for every person. Every day a person meets hundreds and hundreds of English words in front of him, no matter what country and city he is in. Travelling abroad and even being at the airport a person who does not speak the language can feel himself uncomfortable, insecure and helpless. Therefore, without certain knowledge, he simply cannot perceive and correctly understand the information that surrounds him. There are limitations and barriers in cognition, communication, personal development, even in movement.

The ability to communicate in English is a strong requirement in a globalized economy. It is also worth noting that in the conditions of the crisis in Russia, competition in the labour market has greatly intensified. Knowledge of English will be an undoubted bonus in employment and will give great prospects for career advancement. In some countries, English has invaded commercial companies along with the global economy. Some Swedish companies speak English in their workplaces, because most of the business and communication via the Internet are made in it.

David Crystal, a British philologist, linguist, an officer of the Order of the British Empire, a member of the British Academy and the Academic Society of Wales, notes that English and globalization have spread so much in the world that the language helps globalization and vice versa. "This process began with the predominance of two successful English-speaking empires, the British and American, and continues to this day in the new virtual Internet empire."

3. The English language in the Russian language

Prediction The English Company U.K. testifies that by 2050 the most widely spoken language in the world will be the American version of English. Therefore, it is impossible not to recognize the growing influence of American English on Russian through the annually increasing volume of English-language vocabulary. For example, every day 10-15 borrowings with various word-formation possibilities are infused into the Russian language.

Interesting borrowing buzzwords. First, they appear on the pages of the media, in professional speech, and then in the domestic sphere. Most borrowings are nouns. I will give examples of some of the most common and integrated borrowings in the Russian language.

Sports vocabulary: arm wrestling, basketball, baseball, diving, camping, doping, curling, kickboxing, penalty, surfing, skateboard, sport, start, time, finish, fitness, forward, aerobics, bowling, bodybuilding;

Vocabulary of show business, media, creativity: boutique, prime time, glamor, image, brand, clip, promoter, thriller, showman, soundtrack, talk show, image maker, blockbuster, bestseller, outsider, release, distributor;

Social and political vocabulary: briefing, impeachment, public relations, establishment, populism, escalation, pressure, summit, speaker;

Financial and economic vocabulary: broker, diversification, default, leasing, barter, startup, voucher, dealer, investment, outsourcing, networking, consulting, holding, freelancer, marketing, management, deadline, price list, sponsor;

Consumer vocabulary: hamburger, scotch, jam, cracker, pancake, roast beef, chips, hot dog, blender, clown, crossword, hand-made, parking, mainstream, shorts, tuxedo, long sleeve, sweater, body, selfie, second-hand, shampoo, playlist, remake, shopping;

IT-sphere: browser, gamer, display, login, laptop, driver, post, provider, traffic, hacker, user, etc.

From this I can conclude that in modern Russian there are a lot of borrowed words, especially from English. But the main problem is interpreting borrowed words, especially by the older generation. This problem is due to globalization. The reasons why economic and financial terms from English are borrowed by Russian are the result of the influence of the methods of economic and financial management common in the West on the Russian economy. Since the second half of the twentieth century, Russia has increasingly become open to Western influences in various spheres - politics, commerce, culture, media, art, cinema, sports, the economy, industry. Along with new concepts, new words and terms come to us.

In conclusion I want to say that the processes of globalization and integration of society and all spheres of its life give rise to the need of an international language of communication. In the 21st century, English has truly become this language. The lexical system of the Russian language is quite open and subject to the emergence of new words and borrowings. Therefore, under the influence of fashion and relative simplicity of the English language, and in particular the American version, English-language borrowings are easily integrated into the Russian language. However, it cannot be said that this effect is negative. Of course, some distinctiveness of the Russian language is being erased, but this is a new stage in its development.

Список используемых источников:

1. Гутарева, Н. Ю. Обучение английскому языку в социокультурной реальности. Современные исследования социальных проблем [Текст] / Н. Ю. Гутарева // Красноярский научно-инновационный центр. – No 1 (21). – 2015. – С. 215–218.
2. Гутарева, Н. Ю. Роль английского языка в международной связи и общении [Текст] / Н. Ю. Гутарева, Н. В. Виноградов // Молодой ученый. – 2015. – No 10. – С. 1481-1483.
3. Поддубная, Е. В. Роль английского языка в различных сферах: торговле, экономике, индустрии, бизнесе, спорте [Текст] / Е. В. Поддубная, А. С. Белоусова // Молодой ученый. – 2017. – No 7. – С. 585-587.
4. Бурлакова, И. И. Влияние глобализации на русский язык [Электронный ресурс] / И. И. Бурлакова. – Режим доступа: <http://psyjournals.ru/langpsy/2017/n4/Burlakova.shtml>, свободный.

УДК 81

Zykova E.N.
Financial University (Omsk)

MODERN YOUTH MOVEMENTS IN RUSSIA AND IN EUROPE

Abstract. *In the article youth movements of modern Russia are systematized, the characteristic of their activity is given, the reasons of their occurrence are considered.*

Keywords: *youth movements, development, youth subculture, social movements*

Compared with previous generations of young people, today young people have become more pragmatic and have found mutual understanding not only with the generation of parents, but also with democracy. The young generation is focused on success and willingness to work. Young people are increasingly entering into various kinds of organizations and movements.

The relevance of this topic - the modern youth movements abroad - is that in the modern period, young people play a very important role in the political life of society, and youth movements serve as a kind of link between the youth and the government. Modern youth, entering into various organizations and movements, strive to become part of society, to feel its usefulness for it.

The youth movement is a social movement that does not have a strict organizational structure, but is headed by a youth leader, passing through several stages of development, as well as the collective activity of young people with social, political and other socially significant goals [1, c. 79].

The implementation of public policy, and, consequently, the formation of a viable young generation depend on the activities of youth movements. They, like any other social movements do not arise when there is no social problem. Today, there are youth movements in almost all countries of the world. The task of youth movements includes the organization of leisure activities for young people, cultural events, and voluntary social and political activities.

In Germany, there are about 90 youth movements in which a quarter of the country's youth are united. The modern youth of Germany actively participate in the public life of the country. Sport plays a huge role for the German youth, so in Germany about 9 million young people are members of the sports youth movements. The purpose of these organizations is to contribute to the development of the personality of young citizens, promote social behavior and encourage social activity of children and young people [2, c. 4].

There are more than 250 thousand young people in the Israeli youth movements, there are a lot of youth movements in the country. Most Israeli youth movements have branches abroad. Participation in movements contributes to mental, emotional and social development, helps in solving problems, forms ethical and social values, instills love of the country and the habit of work. Membership in youth movements is voluntary - young people themselves choose the organization they join. Among the modern youth movements that exist in Israel are:

- Young Maccabee - youth branch of the sports movement "Maccabi", which focuses on the sports activities of pupils;

- Religious students and Working youths are movements that focus on the professional training of religious youth;

- Betar is a youth movement that educates its members in the spirit of historical traditions. The basis of Betar's worldview is the idea of creating such a Jewish state, where Jews would constitute the majority of the population, and Hebrew would be the only language dominant in all spheres of public life [3, c. 110].

I would also like to note that the UK. Currently, there are about 70 youth movements with different ideological and political orientations. The presence of a large number of youth movements can be explained by the social heterogeneity of the youth themselves (working youth, studying youth, bourgeois youth), the presence of organizations with their own programs, goals and objectives.

The emergence of a large number of youth movements abroad is also explained by the increasing political activity of the young generation, who are seriously concerned about the significant deterioration of the international situation, the economy, and the spiritual "impoverishment" of people. Thus, a large number of movements has appeared whose purpose is to eliminate these problems.

The following youth movements are popular in Russia:

- 1) Youth movement "StopHam"

This is a youth movement against the violation of parking rules by drivers. All observed illegal actions of vehicle owners are recorded on video.

The participants of the StopHam movement, having noticed that one of the drivers has violated the parking rules, come up to him and ask to repark his car. If the driver refuses to do this or he is absent on the spot, a sticker with the following text is stuck on the windshield of his car: "I don't care at all, park where I want!"

Such actions are often not liked by the driver, to put it mildly. There may even be a fight. Everything that happens is filmed, then the videos are laid out on the Internet.

StopHam is a not-for-profit organization, founded in 2010 in Russia and has found followers in different countries of the world. In 2013 and 2014, the project received presidential grants in the amount of 4 and 6 million rubles. on the implementation of its activities.

2) Youth anti-drug special forces

This project, which appeared on the basis of the youth movement "Young Russia".

The main task that the project sets is to reduce the demand for narcotic and psychoactive substances. Young people are directly involved in the fight against drugs.

Carrying out its activities is quite tough. In their activities, MACA activists use cold weapons, camouflage equipment, smoke bombs, modern radio communications.

Usually, having found a point of sale, begin to smash, pasting it with posters "they trade in death here."

When a frightened salesman runs out, they seize him and humiliate him by dousing him with paint, sprinkling them with feathers, and then hand him over to the police.

3) Youth organization "Golden Forests"

Golden Forests is a cultural and educational youth organization of the Moscow State University named by Lomonosov.

The main activities of the organization: carrying out role-play games, learning fencing, Quidditch :), archery, airsoft, historical dances, spring and autumn role-play battles.

Events of the organization Golden Forest are carried out on the basis of Moscow State University named by Lomonosov. The organization also carries out its activities together with the Association of clubs of historical fencing, conducting such tournaments as "Knight's Challenge" and "Steel Cup".

The organization's motto is "Make the world better!". Anyone can join the organization and participate in its projects.

Russian student teams

The purpose of the organization is the formation of temporary voluntary labour teams to work at industrial and agricultural facilities.

The organization includes: construction teams, pedagogical, teams of guides, agricultural teams. specialized units:

- service teams (maintenance of shops, supermarkets, hotels, etc.);
- Putin detachments (work in summer for fishing and fish processing);
- units of law and order;
- rescue teams;
- social groups;
- medical;
- environmental.

In conclusion I want to say the youth movements are a mass, those that you read about are only a small part of them. But already by the fact that such organizations exist, one can judge that young people are not indifferent to everything that happens in the country.

Список используемых источников:

1. Елисеев, А.Л. Кадровое обеспечение реализации государственной молодежной политики на федеральном, региональном и муниципальном уровнях [Текст] / А.Л. Елисеев // Вестник государственного и муниципального управления. – 2014. – №3. – С. 78-81.

2. Луков, В.А. О сущности молодежной политики и ее базовых положениях [Текст] / В.А. Луков // Знание. Понимание. Умение. – 2013. – № 5. – С. 4-8.

3. Малик, Е.Н. Влияние средств массовой информации на политическую активность молодежи в современной России: особенности, перспективы оптимизации [Текст] / Е.Н. Малик. – Орел, 2007. – 216 с.

ПРИМЕНЕНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ

Аннотация. *Значимость английского языка неоспорима в современном мире. Английский язык играет огромную роль в жизни человека. Тем не менее, не каждый человек учит этот язык с интересом. В данной статье рассматриваются причины этого, а также причины того, почему люди начинают учить иностранный язык и их отношение к английскому языку.*

Ключевые слова: *общественное отношение, английский язык, проблема изучения языков.*

Neyberger E. S.

Financial University (Omsk)

THE USING OF ENGLISH LANGUAGE IN MODERN LIFE

Abstract. *The importance of English is undeniable in the modern world. English language plays a huge role. Nevertheless, not everyone learns this language with interest. This article examines the reasons of this phenomenon as well as the reasons why people start learning foreign language and their attitude to English language.*

Keywords: *public attitude, English language, the problem of studying foreign languages.*

Английский язык является международным языком, т. е. языком, который используется для коммуникации по всему миру. Общее число говорящих на английском языке на 2016 год составляет 603 163 010 человек. Английский язык является официальным в 54 странах – Великобритании, США, Австралии и т.д. Увидеть это можно на рис. 1, где синим цветом обозначены страны, в которых английский язык является официальным, а голубым – где он не является официальным, но при этом используется большей частью населения. [1] Самыми распространёнными вариантами английского языка являются британский английский и американский английский.

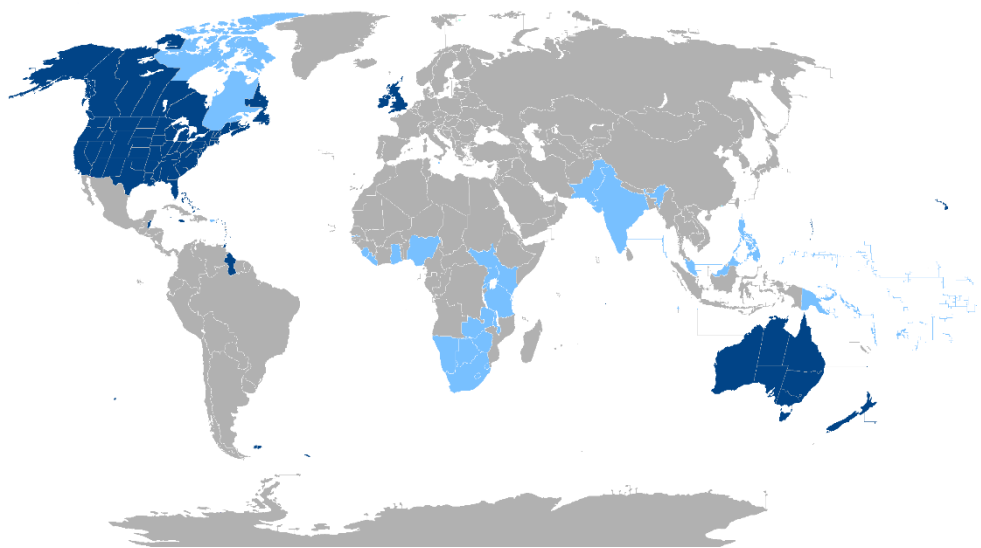


Рисунок 1. Распространение англ. языка

Английский язык является довольно лёгким языком для изучения, в сравнении с русским или же китайским, тем не менее, он очень редко вызывает интерес для изучения у школьников и студентов. Очень часто подростки ещё в школе сталкиваются с тем, что задача преподавателя английского языка не научить их собственно языку, а лишь заставить зазубрить, из-за чего, в

конце концов, у учеников возникает к нему пренебрежение. Чтобы подтянуть оценки, родителям приходится прибегать к помощи репетиторов, курсов и т. д., тратя при этом иногда огромные суммы денег, но, несмотря на это, хоть какая-то симпатия к языку у детей не возникает. У многих из-за того, что в школе очень часто преподаватели языку не учат, возникает некий барьер в голове, из-за которого они не могут учить и в дальнейшем, считая, что языки ему просто не даются.

Многие приходят к выводу, что задатки этого можно ещё найти и в образовании в СССР, когда преподавателям была дана задача «учить, но не научить». Тем не менее, подобная система прогрессировала и, к сожалению, смогла дойти и до наших дней, когда многие преподаватели, всё-таки, «учат, но не пытаются научить».

Тем не менее, в последнее время появилась тенденция к изменению мнения людей. Сейчас выехать за границу намного проще, чем раньше, к тому же, многие предпочитают посещать европейские страны, в которых английский язык зачастую является вторым языком, следовательно, очень тяжело прожить там, не зная его. Люди начинают изучать хотя бы базу языка, чтобы спросить о какой-то достопримечательности или, в конце концов, как добраться до ближайшей остановки.

Конечно же, подростки и молодые люди преследуют эти же цели, но, тем не менее, у многих есть ещё и личные, например, сдать ЕГЭ по английскому языку, что поступить на факультет лингвистики в желаемый университет, или же переехать в США, куда нужно сдать самый сложный экзамен – TOEFL. Тем не менее, остались и те, кто просто любит язык, его звучание и лексику, для которых английский – уже часть их жизни.

В данной статье рассматривается как сейчас изучают английский язык молодые и взрослые люди, также, как его изучали раньше и его употребление людьми в современности, в большей степени подростками.

Перед началом написания статьи среди студентов различных университетов, школьников, а также взрослого поколения был проведён опрос на предмет изучения ими английского языка. Всем респондентам был задан один и тот же вопрос: «Считаете ли вы, что знать английский язык престижно?». Более 76% людей ответили, что это, несомненно, престижно. Меня заинтересовала эта статистика, поскольку обычно меня окружали люди, которым английский язык не нравится. Видимо, несмотря на это, знать язык нужно. Почему? Во-первых, несмотря на специальность, работодатель всегда приветствует у кандидата знание английского языка. Во-вторых, как уже было сказано ранее, многие жители нашей страны ездят отдыхать в европейские страны, где без знания английского языка очень тяжело находиться, поскольку тяжело ориентироваться, покупать что-то и т.д. [2] Отталкиваясь от этих аспектов, люди начинают учить иностранный язык.

Сейчас есть очень много возможностей для изучения иностранных языков – курсы, репетиторы или же можно изучать иностранный язык не выходя из дома с помощью интернета, например, очень популярны ресурсы Lingualeo, italki, Duolingo и т.д., на которых, помимо изучения лексики и грамматики, можно смотреть фильмы и сериалы или же читать книги в оригинале, чем они и привлекают к себе аудиторию, особенно молодёжь. В годы СССР выбор не был велик, особенно из-за того, что английскому языку практически не учили. Кроме того, у советского школьника или студента просто не было мотивации к изучению, а у учителя – к преподаванию. Сейчас многие ученики и студенты тоже не проявляют особенной заинтересованности к английскому языку. Конечно же, одна причина осталась неизменной – «в будущем мне это не понадобится», хотя этот язык довольно быстро и плотно входит в нашу жизнь, что, несомненно, в будущем его знание очень пригодится. Ещё одна причина – скучное изучение во многих школах и университетах. Однотипные задания, изучение текстов, аудирование и никакой мотивации. Очень мало общения, то есть практики языка, а это самое главное при изучении любого языка. Иногда из-за этого ученики не знают произношение элементарных слов. [4]

Сейчас ситуация меняется. Всё больше людей начинают учить английский язык для достижения своих целей. Было замечено, проводя опрос, что большинство людей всё-таки занимается дополнительно – более 70%, среди которых более 16% - с различными репетиторами,

более 25% - на курсах, и, что удивительно, 30% опрошенных занимаются самостоятельно. В большинстве своём, они изучают разговорный язык, который понадобится им при путешествиях или общении с друзьями из других стран, но также те, которым английский нужен для работы или учёбы, изучают его действительно углублённо. Также стоит отметить, что изучается в основном классическая версия английского – британская.

Как уже было отмечено выше, английский язык очень плотно входит в нашу жизнь. Наверняка многие не раз слышали такие слова как аутсорсинг, дедлайн, лизинг и т.д. – эти слова пришли из английского. Старшее поколение употребляет его в основном по нуждам работы или же при поездках куда-либо, в отличие от подростков, которые употребляют английские слова ежедневно, даже уже не замечая этого. Например, очень часто молодые люди употребляют слово «easy», что означает что-то лёгкое, причём иногда добавляя «too», например, «Последний тест был ту изи, я его очень быстро сделала». Также, про своих друзей подростки говорят “bro” и “sis” от “brother” и “sister” соответственно («Он мой бро»). Также новомодное слово – «хайп», от “hype” – шумиха, обман. Обычно оно употребляется, когда говорится о получении популярности лёгким способом, например, с помощью темы, которая сейчас очень часто обсуждается («Этот видеоблоггер пытался словить хайп на выборах» (т.е. снял видеоролик на тему выборов, осуждая их, или же наоборот, призывая идти на выборы). Иногда они могут составить даже целое предложение, состоящее из английских слов («Этот блоггер стал мейнстримом, кроме того, ищет дешёвый хайп»).

Стоит также отметить, что английские слова используются не только в профессиональной сфере или сленге, но и в повседневной жизни. Некоторые появились там так давно, что все уже забыли, что они пришли из иностранного. Например, ноу-хау (“know” – знать, “how” – как), которое обозначает технологию, которая позволяет создать что-то уникальным, рейтинг (“to rate” – оценивать) – оценка чего-либо или же ток-шоу (“to talk” – говорить, “to show” – показывать) – это передача, в течение которой участники обсуждают определённую тему. [5]

В заключении, рассмотрев всё вышесказанное, хочется отметить, что английский язык имеет действительно огромную роль в нашей жизни, более того, он уже занял определённую нишу в ней. Несколько последних лет показывают, что всё больше людей начинают учить английский, кроме того, делают это и для своих личных целей. Стоит надеяться, что ситуация не изменится в будущем, и совсем скоро каждый человек сможет свободно владеть этим иностранным языком для своих нужд.

Список используемых источников:

1. Википедия. Свободная энциклопедия: Английский язык [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ru.wikipedia.org/wiki/Английский_язык, свободный.
2. Vita Marg: 10 причин, зачем учить английский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.vitamarg.com/article/causes/678-prichini-uchit-angliyskiy, свободный.
3. LiveInternet: Обучение иностранному языку в советские времена [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.liveinternet.ru/community/4455235/post269190867?aid_refresh=yes, свободный.
4. American Club of Education: Почему в российских школах плохо учат английскому языку [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.english-language.ru/articles/item-1402395009, свободный.
5. Инглекс. Онлайн-школа английского языка: Английские заимствования в русском языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.inglex.ru/english-borrowings-in-russian, свободный.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АНГЛИЙСКИХ И РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК

Аннотация. В статье исследуются народные сказки России и Англии, в сравнительном контексте языковых средств выразительности.

Ключевые слова: анализ, народная сказка, художественно-выразительные средства, эпитеты, рифмованные выражения, медиальные и сказочные формулы.

Kharchenko Yu.E..

Financial University (Omsk)

COMPARATIVE ANALYSIS OF ENGLISH AND RUSSIAN FOLK TALES

Abstract. The article investigates folk tales of Russia and England, in the comparative context of linguistic means of expression.

Keywords: analysis, folk tale, artistic and expressive means, epithets, rhymed expressions, medial and fairy-tale formulas.

Народные сказки являются неотъемлемой составляющей национальной культуры. Постигая их, мы прикасаемся к духу народа, его культурным и национальным ценностям, к образам и символам мышления, менталитета. Актуальность данной работы заключается в том, что изучая сказки разных народов, в частности английского, мы улучшаем навыки межкультурного общения, развиваем умения обширно мыслить в плане постижения изнутри культуры речи и выражения. Также чтение сказок на английском языке помогает нам пополнить словарный запас, расширить практические умения владения языком. Каждый человек, желающий разговаривать на английском, как носитель языка, должен прикоснуться к народным сказкам, которые полностью раскрывают потенциал языка в особых средствах выразительности и речевых оборотах, а также наглядно демонстрируют национальные особенности человеческой мысли. Поэтому цель работы состоит в анализе языковых средств выразительности английских сказок в сравнении с русскими.

Вообще говоря, в Англии народные сказки были собраны и записаны значительно позже, чем в России, в конце 19 века, когда в нашей стране сказки были записаны уже в 17 веке. Фольклор в перевод с английского языка является народной мудростью, знанием. [1] Таким знанием является сказка, которая может быть разной - волшебной, фантастической, о животных, бытовой.[1] Но всякая народная сказка имеет главную цель – донесение определенной морали, мысли, например, добро должно побеждать зло. Сказка имеет свою уникальную структуру. Она должна быть небольшой по содержанию, простой и элементарной, возможно с повторяющимися элементами (эпизодами). При этом, данный жанр имеет зачин (начало действия), основную часть (поучительную) и концовку (завершение действия, обязательно выявление морали).

Данный жанр устного творчества имеет особенности в плане национальной принадлежности и менталитета людей, проживающих в стране. Ведь мы знаем, что особенности характера как отдельного человека, так и в совокупности народа отражаются в стиле языкового поведения. Основными приемами выразительности в сказке являются: эпитеты, медиальные и сказочные формулы, рифмованные выражения, так же встречаются литота, градация, речевые повторы, уменьшительно-ласкательные суффиксы, устойчивые выражения и другие.

Для проведения анализа речевого изложения народных сказок в России и Англии, нами были выбраны различные сказки, изложенные в определенном контексте в связи с особенностью национальности, это: «Колобок» - «Johnny - Cake», «Волк и семеро козлят»- «The Wolf and three kittens», «The Old Woman and Her Pig»– «Петушок и бобовое зёрнышко» и другие.

Каждая сказка имеет начало действия – зачин (инициал). Здесь обобщается главная информация о герое, о месте его нахождения и в целом состоянии жизни. Так в русских народных сказках история начинается с таких фраз как:

«Жили- были...», «В тридевятом царстве, в тридесятом государстве...», «В некотором царстве, в некотором государстве...» и т.д.[3]

Это речевые повторы, которые создают своеобразную мелодичности и напевности речи. В русских сказках нет явного, то есть реального места существования героя. В то время как английские сказки дают точное указание места действия, которое отображено на карте:

«Once upon a time there was /lived...», «There was once a man who...» и т.д. [3]

Данные фразы достаточно просты и совсем не мелодичны, они не имеют яркого речевого выражения и преподносят ясно изложенную информацию.

Основная часть сказки – это все происходящие события, которые заключаются в решении проблемы, вопроса, поставленном в инициале. Здесь то и отражается характеристика языка народа. Так русские сказки переполнены устойчивыми выражениями, просторечиями, эпитетами, уменьшительно-ласкательными суффиксами и другими лексическими единицами, которые помогают создать красочность и звучность речи. Сказки Англии размереннее и структурнее. Они не обладают напыщенной эксцентричностью и поэтому в устном народном творчестве Англии количество средств выразительности меньше. В основном преобладают повторы одинаковых грамматических основ и устойчивые выражения, также присутствуют эпитеты. Сравнение средств выразительности наглядно представлены на рисунке 1. Уменьшительно-ласкательные суффиксы, которые могли бы придать повествованию напевность, вообще практически отсутствуют в английском языке. Можно сказать, что английская сказка по мелодичности и звучанию проигрывает русской[4].

Для героев в английских сказках характерно одинокое преодоление препятствий и сложностей, для русских же наоборот, герою помогают попутчики либо товарищи.[2]

Рисунок 1. Средства выразительности в устном народном творчестве

Эпитеты	<ul style="list-style-type: none"> Русские сказки: Мечи булатные, кони добрые, двери железные, чудо чудное, диво дивное. Лес – всегда дремучий, молодец – добрый, девица – красная. Английские сказки: Teeny-tiny woman, teeny-tiny village, good man, old soldier, old shoes, bigger fool(Маленькая крошечная женщина, маленькая крошечная деревня, хороший человек, старый солдат, старые туфли, большой дурак.
Речевые повторы:	<ul style="list-style-type: none"> Русские сказки: «Бил-бил – не разбил», «Ловись, рыбка, и мала и велика!», «Мерзни, мерзни, волчий хвост!», «Битый небитого везёт». Английские сказки: «a thumping and a banging and a stamping and a crashing», «Someone has been sitting on my chair! Someone has been eating my porridge!» («Стук, стук, штамповка и грохот», «Кто-то сидит на моем стуле! Кто-то ел мою кашу!! »)
Уменьшительно-ласкательные суффиксы:	<ul style="list-style-type: none"> Русские сказки: кумушка, мышка – норушка, лисичка-сестричка, сестрица Аленушка, братец Иванушка, козленочек. Английские сказки: the little old woman – старушка, little red hen – петушок
Рифмованные реплики героев:	<ul style="list-style-type: none"> Русские сказки: «Сивка-бурка, вещая каурка, встань передо мной как лист перед травой», «Избушка, избушка, повернись к лесу задом, ко мне передом». Английские сказки: «Be bold, be bold, but not too bold, Lest that your heart's blood should run cold.» (« Будь смелым, будь смелым, но не слишком смелым, чтобы кровь твоего сердца не остыла »)

Концовка сказок – это завершение событий, так называемый исход. Английские сказки имеют не всегда оптимистичный финал, в отличие от русских, по нашему мнению, это зависит от ментальности народа. Развязка является как послесловием событий. Так в русских сказках это: «Вот и сказке конец, а кто слушал, молодец», «Сказка – ложь, да в ней намек, добрым молодцам урок».[1] В данных фразах мы наблюдаем противопоставление, которое содержит моральное поучение, вывод. В сказках английского народа развязки может либо совсем не быть, либо, например, такая : «They lived long and happily and died the same day» (Они жили долго и счастливо и умерли в один день)[1]

Таким образом, сделаем вывод о том, что в устном народном творчестве отражено языковое поведение народа. Об этом свидетельствуют средства выразительности, которые он применяет. Если о русской «широкой, яркой» душе ходят легенды, то и средства выразительности в сказ-

ках, как мы видим, точно такие же. Англичане являются более сдержанными, строгими и сконцентрированными, это выражают их народные сказки. По-нашему мнению, именно язык в сказках отражает настоящую сущность менталитета народа.

Список используемых источников:

1. Афанасьев А.Н. Русские сказки [Электронный ресурс]/ А.Н. Афанасьев- Режим доступа: [https://ru.wikisource.org/wiki/Народные_русские_сказки_\(Афанасьев\)](https://ru.wikisource.org/wiki/Народные_русские_сказки_(Афанасьев)), свободный
2. Детские народные сказки [Электронный ресурс]-Режим доступа: <http://skazkoved.ru/index.php?fid=1&sid=9>, свободный
3. Русские народные сказки [Электронный ресурс]- Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Русские_народные_сказки, свободный
4. Средства выразительности речи / [Электронный ресурс]- Режим доступа: https://wiki.mgpru.ru/index.php/Средства_выразительности_речи, свободный

УДК 796.08

Якунина А.Д.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

КУЛЬТУРА РЕЧИ И СОВРЕМЕННЫЙ СЛЕНГ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. *Статья посвящена проблеме речи в современном обществе, у молодого поколения в частности. Показано, как речь влияет на взаимоотношения в обществе: старшее и молодое поколение зачастую не находят общий язык в связи с разной культурой и ценностями. Выявлены причины данной проблемы и отношение современной молодежи к ней.*

Ключевые слова: *культура речи, сленг, современная молодежь, Интернет, образованность, русский язык.*

Yakunina A.D.

Financial University (Omsk)

SPEECH CULTURE AND MODERN YOUTH SLANG

Abstract. *The article is devoted to the problem of speech in modern society, in the younger generation in particular. It is shown how speech affects relationships in society: the older and younger generation often do not find a common language due to different cultures and values. The causes of this problem and the attitude of modern youth towards it are revealed.*

Key words: *culture of speech, slang, modern youth, Internet, education, Russian language.*

В наше время сильное волнение порождено состоянием современного языка, снижением культуры речи. В первую очередь, это касается молодёжи, которая наиболее восприимчива к использованию ненормативной лексики. Именно молодежь быстро и бурно отзывается на изменения, которые происходят в обществе и их окружении. Грамотность населения становится все ниже и заменой ей является молодёжный сленг. В связи с огромным прогрессом и развитием в сфере массовых коммуникаций и популяризацией Интернета, в речь были добавлены тысячи новых слов, отразивших изменения, которые произошли в обществе за последние десятилетия. Сленг притесняет культурную речь и благодаря массовой культуре накладывает свой отпечаток на язык.

Нельзя не упомянуть огромное влияние западной культуры. На сегодняшний день английский язык является самым распространенным и стал обязательным к изучению практически во всех странах. Молодежь все чаще вместо русских слов использует английский эквивалент. Например, вместо слова связь использует «коннект» (англ. connect и т.д.)

На сегодняшний день общий сленг становится обыденным не только в повседневном общении, но и звучит на различных каналах. Молодые люди, представляя главных носителей жаргона, делают его частью культуры, которая в свою очередь делает его привлекательным и важным для самовыражения. Таких примеров много в текстах песен различных современных российских и западных исполнителей (Pharaon, Little Big, Face, Eminem, Rihanna, Nicki Minaj и т.д.), в телепередачах и сети Интернет, на которые ориентируется современная молодежь.

Современные инновации и технологии раздвигают границы общения. Появление Интернета позволило молодому поколению существенно увеличить и разнообразить свой круг общения, зарегистрировавшись в различных социальных сетях (ВКонтакте, Instagram, Twitter и т.д.) И так как в основном таким способом общается именно молодежь, то нет ничего странного в том, что именно ею происходит овладение данной нормой речи.

Я провела анкетирование с целью выявления уровня используемого сленга молодежью и их мнение об этом. Был проведен опрос 20 человек в возрасте от 15 до 25 лет.

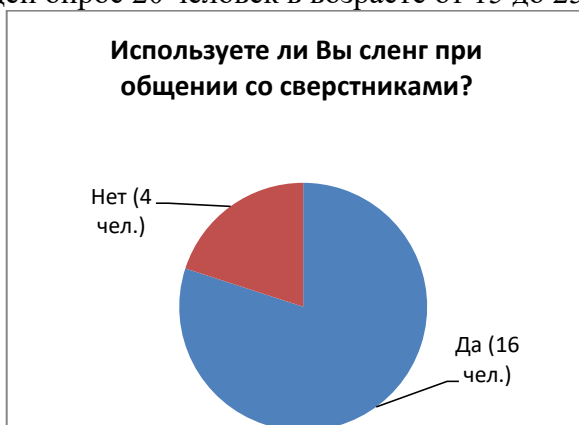


Рисунок 1. Результаты ответов на вопрос: «Используете ли Вы сленг при общении со сверстниками?»



Рисунок 2. Результаты ответов на вопрос: «Ваш пол?»



Рисунок 3. Результаты ответов на вопрос: «Какие сленговые слова Вы используете в своей обыденной речи?»



Рисунок 4. Результаты ответов на вопрос: «С какой целью Вы употребляете жаргонные слова?»

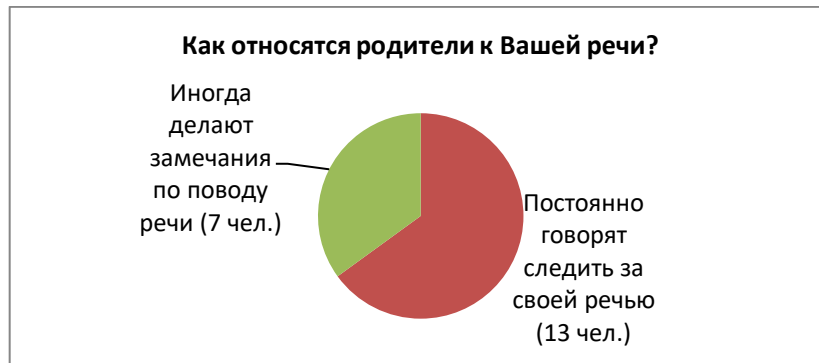


Рисунок 5. Результаты ответов на вопрос: «Как относятся родители к Вашей речи?»

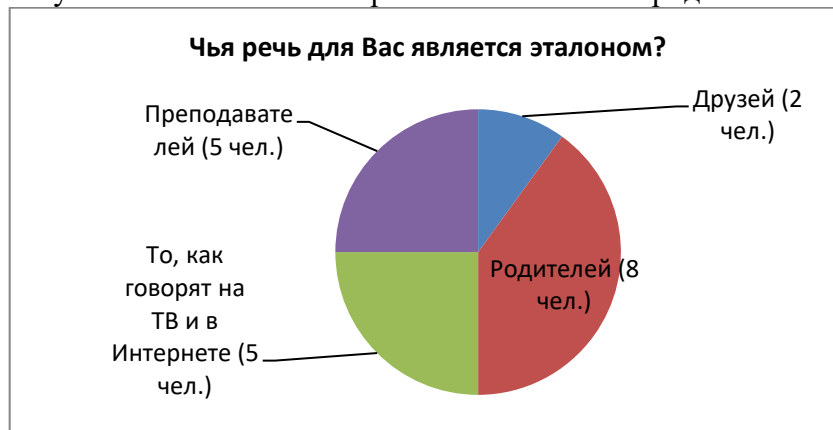


Рисунок 6. Результаты ответов на вопрос: «Чья речь для Вас является эталоном?»



Рисунок 7. Результаты ответов на вопрос: «Какие телевизионные каналы Вы смотрите?»



Рисунок 8. Результаты ответов на вопрос: «Вы считаете современный молодежный сленг антинормой?»



Рисунок 9. Результаты ответов на вопрос: «Как Вы думаете, вытеснят ли жаргонизмы слова литературного русского языка?»

По результатам анкетирования можно сделать следующие выводы: современная молодежь в большей степени использует жаргонизмы в своей речи (16 чел., 80 %), но по разным причинам. Кто-то желает самоутвердиться (6 чел., 30 %), а кто-то использует ненормативную лексику и жаргонизмы ради смеха и забавы (7 чел., 35 %). Старшее поколение серьезно относится к ситуации и замечает данный факт и поэтому для многих эталоном речи являются именно родители (8 чел., 40 %) и реже – друзей (2 чел., 10 %). Возможно, причина в том, что многие большое количество времени уделяют телевидению, в частности, развлекательному (11 чел., 55 %). Но большая часть опрошенных понимает, что современный сленг – это антинорма и считает, что литературный язык он вряд ли вытеснит.

Но без знания языка не представляется возможным грамотное общение. Поведение каждого человека как личности существенно зависит от его отношений с окружающими его людьми. А ведь именно культура речи человека играет важную роль в отношениях между людьми.

Хочется надеяться, что наступит время и молодые люди поймут, что без культуры и образованности невозможно полноценно находиться и взаимодействовать в обществе. Мы должны помнить, что русский язык – самый богатый язык в мире, мы должны гордиться своим родным языком, который является важной составляющей личности и человека в целом. Ведь культурная речь воплощает в себе культуру и историю народа.

Список используемых источников:

1. Гришева К. А., Кондратей М. В., Ткаченко В. В. Ненормативная лексика, основные факторы ее употребления // Молодой ученый. — 2014. — №6. — С. 654-658. — URL <https://moluch.ru/archive/65/10707/>

2. Культура речи современной молодежи. Источники формирования, особенности словоупотребления и морфологии [Электронный ресурс] // – Режим доступа:

<https://myfilology.ru/147/kultura-rechi-sovremennoj-molodezhi-istochniki-formirovaniya-osobnosti-slovouprebleniya-i-morfologii/>

3. Петровская Л. Ю., Никифор Г. Проблема культуры речи в современном обществе // Молодой ученый. — 2016. — №12.2. — С. 30-31. — URL <https://moluch.ru/archive/116/31501/>

СЕКЦИЯ 12. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДОЛОГИЯ И ИНСТРУМЕНТАРИЙ МЕНЕДЖМЕНТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ
УДК 338

Аветисян М. В.

Омский государственный университет им Ф.М. Достоевского (г. Омск)

TROUBLE-SHOOTER – НЕ ТРИВИАЛЬНЫЙ МЕТОД РЕШЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОБЛЕМ

Аннотация. Работа содержит в себе информацию об узкоспециализированной профессии, которая способна спасти компанию от явного краха. Представлена общая информация о методах и способах решения бизнес-проблем и информация по основным trouble-shooter в России.

Ключевые слов: Траблшутер, проблема, решение, правило, профессия.

Avetisyan M. V.

Omsk State University named after F.M. Dostoevsky

TROUBLE-SHOOTER – HE NOT A TRIVIAL METHOD FOR SOLVING A BUSINESS PROBLEM

Abstract. Work contains information about a highly specialized profession. We present general information about the parameters and ways to solve problems. Provides general information on the main representatives.

Keywords: Trouble-shooter, problem, solution, rule, profession

Вам когда-нибудь приходилось решить проблему, которая длительное время не дает вам покоя? А решить задачу в условиях ограниченного времени? Может быть придумать нестандартное решение проблемы компании?

Да, на первый взгляд – это не просто, но с этим может справиться каждый. На самом деле все куда сложнее. Существует профессия, специалист которой, способен решить нестандартные вопросы в достаточно короткий промежуток времени. Trouble-shooter – человек, который решает проблемы с использованием нестандартного логического мышления. Спектр работы этих «магов» связан с абсолютно разными сферами деятельности компаний. Траблшутеры помогают определить нишу для продукта, предлагают возможную реконструкцию или модификацию товара, они помогают найти альтернативные решения проблем в условиях ограниченных ресурсов и т. д.

Если даже в вашей компании все гладко и, казалось бы, нет никаких проблем, всегда возникает вопрос: «а почему, может быть не все так гладко?». Вот именно поэтому и следует прибегнуть к помощи траблшутера, который точно придумает что-то интересное для вашей компании. Всегда следует искать нестандартные взгляды, позволяющие найти интересные пути для развития вашей компании, возможно, что именно подобная практика способна вывести вас на новый уровень развития, о котором ваши конкуренты не в силах даже задуматься. Очень часто их также нанимают различные представители власти непосредственно перед своей предвыборной компанией, для того, чтобы решать нестандартные вопросы, возникающие на пути.

По идее, представители данной профессии включают в себя функции маркетологов, рекламистов, лоббистов и политтехнологов. Также, они имеют определенные правила, самые известные – это «Правило 5 Т»:

- 1) Толково (понятно, доступно для простого обывателя)
- 2) Тонко (решение простое и очевидное, но скрытое от большинства людей)
- 3) Точно в цель (все действия по существу)
- 4) Трансформируемо (решение можно легко перенести на любую схожую проблему)
- 5) Не «Т» (не тривиально – нестандартный подход в решении ситуации)

Выделим основные методы решения проблем, которые используют данные специалисты, то следует отметить:

1. SWOT-анализ, который помогает сравнить нам альтернативные предложения и выбрать наиболее удачный;

2. Диаграмма-Исикавы, которая представляет из себя некий скелет рыбы и на его «костях» формируется наша проблема, метод и способы ее решения, а также все важнейшие аспекты, которые с ней связаны;

3. Метод компании Уолт Дисней – «мечтатель, реалист и критик», именно с его помощью вы можете побывать в трех различных ролях и оценить ситуацию;

4. Вызов правилам (Де Боно)-этот метод заключается в том, что вы полностью или частично переворачиваете с ног на голову привычную для вас ситуацию, чтобы найти как можно больше вариантов решения проблемы;

5. Поиск причин – способ найти истинный корень ситуации и облагородить его для дальнейшего процветания.

Отметим, что это лишь малая доля того, что пользуется спросом у траблшутеров на самом деле. Но какова тогда цена вопроса? Если спектор действия на столько широк, то какова цена вопроса? Да, это затратное удовольствие, ведь настоящих, хороших специалистов этого дела, на столько мало, что приходится жертвовать и выбирать качество. Но не смотря на стоимость услуг, довольно –таки большое количество компаний пользуются услугами данных мастеров. Приведем небольшой список компаний, которые уже пользовались услугами траблшутеров:

- А) Холдинг - «Русская трапеза»
- Б) Компания – «Галактика инк.»
- В) Интернет - проект: «Старая книга»
- Г) Компания – «Славянская мебель»
- Д) Компания – «Акция масс-медиа»

Значимость данного специалиста в этих компаниях является сугубо конфиденциальной, поэтому раскрыть их действия было невозможно, однако, факт их участия носит весомый характер. Кстати, в России существует определенный список ТОП 10 Траблшутеров, ниже приведены лидеры этого списка:

- 1 место: Рук.агентства стратегических коммуникаций «Никколо М» - Игорь Минтусов
- 2 место: Бизнес-консультант, руководитель тренинговой компании - Игорь Вагин
- 3 место: Рук. «Бюро политических технологий Максима Сучкова» - Максим Сучков
- 4 место: Рук. ассоциации «Клуб бизнес-тренеров» - Михаил Молоканов
- 5 место: Член национальной Академии Социальных Технологий - Олег Матвейчев

Подводя итог, можно прийти к выводу о том, что данная профессия является незаменимой в современных реалиях, ведь каждая компания претерпевает спад жизненного цикла и ей необходимо развить новый виток, который позволит выйти ей на новый уровень. Отметим, что таких специалистов крайне мало и их услуги достаточно высоки по цене, но эффективность работы данных специалистов, доказывает нам, что эти расходы осознаны и необходимы.

Список используемых источников:

1. Как стать Problem Solver (trouble-shooter, трабл-шутер), или искусство разрешения сложных ситуаций [Электронный ресурс]/ Иванова Светлана, Болдогоев Дмитрий. – Режим доступа: <http://trouble-shooter.su/>, свободный.

2. Официальный сайт Траблшутеров [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://www.thebusinesstroubleshooters.com/about-us/>, свободный.

3. Траблшутинг в России: взгляд профессионалов [Электронный ресурс]/ Олег Брагинский, Владимир Коровин, Андрей Петросян, Сергей Фаер и Павел Хрисиди. – Режим доступа: <http://bgoal.ru/blog/articles/trablshuting-v-rossii-vzglyad-professionalov.html>, свободный.

4. Почему западные бизнес-модели не работают на российском рынке. (Траблшутинг бизнес моделей по русски) профессионалов [Электронный ресурс]/ Дмитрий Рыбальченко. – Режим доступа: <http://trouble-shooter.su/>, свободный.

УСТРАНЕНИЕ ПРИЧИН КОНФЛИКТНОГО СТОЛКНОВЕНИЯ МЕЖДУ СОТРУДНИКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация.** В статье рассмотрены основы теории управления конфликтами, а так основные мероприятия по устранению и недопущению конфликтов в организации. На примере действующей организации рассмотрена ситуация управления конфликтами, на основании которых разработаны эффективные пути устранения данных конфликтов.*

***Ключевые слова:** конфликт, персонал, мирные пути урегулирования, предприятие, баланс интересов.*

Astasheva E.A.
Russian New University (Moscow)

TROUBLESHOOTING THE REASONS OF CONFLICT COLLISION BETWEEN EM- PLOYEES OF THE ORGANIZATION

***Abstract.** The article discusses the basics of the theory of conflict management, as well as the main measures to eliminate and prevent conflicts in the organization. Using the example of the existing organization, we consider the situation of conflict management, on the basis of which effective ways of eliminating these conflicts have been developed.*

***Keywords:** conflict, personnel, peaceful ways of settlement, enterprise, balance of interests.*

Актуальность темы работы обусловлена тем, что вопрос, связанный с работой с персоналом в конфликтных ситуациях, является одним из самых приоритетных направлений в сфере современного менеджмента. Целью исследования явилось изучение основных теоретических аспектов, а также проведение анализа управления конфликтами на примере конкретного предприятия.

Несмотря на то, что данная тема пользовалась популярностью среди ученых, на современном этапе можно судить о незрелости данного аспекта в отечественном бизнесе.

Конфликт как теоретико-практическая категория выступает предметом специального рассмотрения учеными от зарождения человечества до настоящего времени [2, с.115]. Первые попытки методологического осмысления конфликтов и механизмов управления ими принадлежат древнегреческим философам.

В широком контексте понятие - конфликт характеризует различные формы несовпадения интересов между людьми, что приводит к межличностным и организационным разногласиям.

Конфликты обычно возникают вследствие нарушения баланса интересов двух и более сторон. Природа возникновения конфликтов крайне разнообразна: влияние политики, экономики, социальные отношения, взгляды и убеждения людей.

Управление конфликтами предполагает разработку функциональных рекомендаций по оптимизации деятельности управленческой структуры в целом. Разработка таких рекомендаций опирается на методы и средства их решения [3, с.115].

В пределах организаций конфликты могут приводить к улучшению условий труда, технологии деятельности, организационной деятельности, а также довольно часто именно конфликты способствуют формированию и утверждению соответствующей системы ценностей, которая интегрирует коллектив в направлении ее реализации.

На примере организации проведем анализ конфликтной ситуации и предложим пути выхода из конфликта.

Так в организации ООО «МСЮ-лаб» работают 23 человека. Основные параметры персонала следующие:

Общее количество сотрудников:

- в возрасте от 18 до 25 лет – мужчин – 3, женщин -4;
- в возрасте от 26 до 30 лет – мужчин – 3, женщин -5;
- в возрасте от 31 до 40 лет – мужчин – 1, женщин -3;
- в возрасте от 41 до 55 лет – мужчин – 2, женщин -1;
- в возрасте от 56 до 60 лет – мужчин – 1, женщин -0;

На предприятии имеет место явление «текучесть кадров». Однако 50% - сотрудников со стажем более 3-х лет. 3 месяца назад в организацию поступило 4 новых сотрудника, которые приняты на работу сразу после обучения. Так же следует учесть тот факт, что около 65% сотрудников в возрасте 18-30 лет.

Основные конфликты на предприятии складываются на фоне неопытности новых сотрудников.

Рассмотрим типичные конфликтные ситуации в ООО «МСЮ-лаб»:

1. Руководитель постоянно указывает на недостатки в работе молодых сотрудников, прибегая к приемам неформального общения.
2. В коллективе существует непримиримые противоречия между молодыми персоналом и персоналом старшего возраста (категория 31+).

Было проведено исследование причин недовольства молодыми сотрудниками, результаты представлены на рисунке 1.

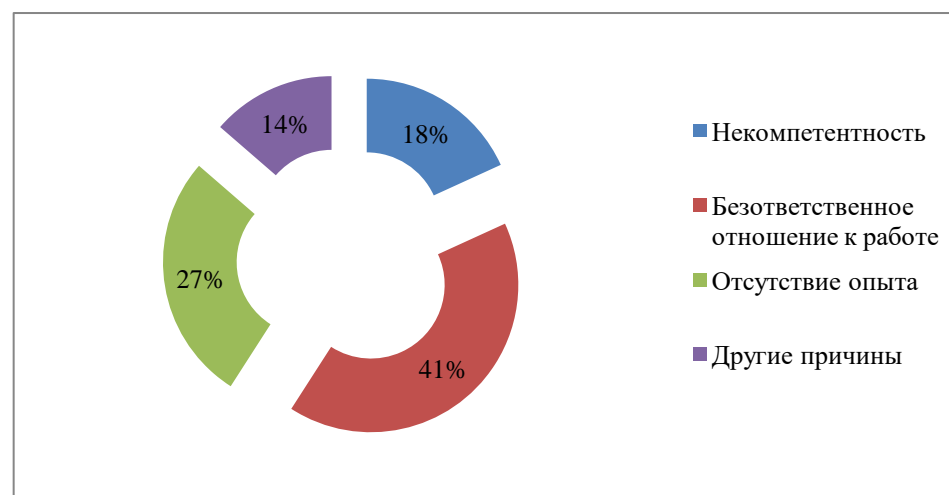


Рисунок 1. Причины недовольства работой молодых сотрудников

3. Один из сотрудников (администратор) вступил в открытое противостояние с руководителем по вопросу стратегии деятельности организации, последний отстаивает позицию консерватора и избегает любой возможности введения новаций.

4. Управляющий систематически не посещает совещания.

Для выявления наиболее острых проблем, провоцирующих напряженность в коллективе проводилось дополнительное психологическое исследование, в ходе которого были опрошены сотрудники организации «МСЮ-лаб». Опросник был направлен на выявление причин, которые провоцируют конфликтные ситуации в коллективе. Работники опрашивались в первой половине дня, в рабочее время штатным психологом. Опрос проводился анонимно, а результаты были доведены до работников на общем собрании.

Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2. Наиболее острые проблемы, по мнению персонала

Проблемы	%
1. Неуважение руководства	88,2
2. Большая нагрузка в работе	10,0
3. Неудовлетворительные взаимоотношения с руководством	10,0
4. Невозможность высказать свое мнение	86,7
5. Низкий уровень заинтересованности руководителя персоналом	53,3
6. Другие причины	6,7

Следовательно, основной причинной конфликтов в коллективе предприятия «МСЮ-лаб» является несогласованность в отношениях руководства и подчиненных.

Следовательно, на данной основе рассмотрим основные выходы из конфликтных ситуаций [4, с.92].

1. Разрешение конфликта на примере новых сотрудников. Маннгеймский Центр европейских исследований экономики провел исследование и доказал, что в тех организациях, где в команде работают сотрудники разных возрастов, производительность выше. Томас Цвик, руководитель исследования объясняет это тем, что они плодотворно влияют друг на друга. Если сильные стороны молодежи – новаторство, любопытство, гибкость, дополнить качествами сотрудников старших поколений, то получится оптимальная комбинация.

В данной ситуации большая роль возлагается на руководителя данного предприятия, т.к. именно благодаря его сплоченным действиям возможно решение данного конфликта.

Однако, как известно, между руководителем и молодыми специалистами так же существуют натянутые отношения. В данном случае руководителю необходимо принять нейтральную сторону [1, с.58].

Так же роль по управлению конфликтом может отвестись высшему руководству. Т.е. это должен быть человек, не заинтересованный в конфликте, который смог бы справедливо оценить обе стороны конфликта.

2. Разрешение конфликтной ситуации в ситуации с управляющим. Данная ситуация кардинально отличается от первой, ввиду того, что руководитель не проявляет уважения к своему коллективу.

В данном случае необходимо применить метод «листа пожеланий», т.е. каждый сотрудник должен написать свои претензии и недовольства относительно отношения к нему руководителя. Затем на всеобщем собрании где будут присутствовать руководитель и подчиненные разобрать каждую ситуацию. Основная цель такого метода – нахождение компромисса между сотрудниками и начальством [5, с.21].

Таким образом, решение конфликтов всегда должно проходить мирным путем, при соблюдении требований обеих сторон. Основная цель любого решения конфликта - нахождение компромисса. Разрешение конфликта - это вид деятельности субъекта управления, связанный с его завершением. Разрешение - это заключительный этап управления конфликтом.

Таким образом, в процессе исследования было выявлено, что основными причинами конфликтов являются ограниченность ресурсов, взаимозависимость заданий, различия в целях и в ценностях, различия в манере поведения, в уровне образования, плохие коммуникации, несбалансированность рабочих мест, недостаточная мотивация.

Список используемых источников:

1. Баринов, В.А. Организационный подход к управлению конфликтом в кризисной ситуации [Текст] / В.А. Баринов, Н.Н. Баринов. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2014. – № 5. – С.12-19.
2. Глинкина, О.В. Стратегии управления персоналом организации [Текст] / О.В.Глинкина. – Fundamental science and technology - promising developments XIV: Proceedings of the Conference. North Charleston, 6-7.02.2018, Vol.— North Charleston, SC, USA:CreateSpace, 2018. – p. 141,115-118 p.
3. Глинкина, О.В. [Текст] / О.В.Глинкина. // Вестник Российского нового университета, серия «Человек и общество» . – 2017. – № 4. – С.21-24.
4. Гришина, Н. В. Психология конфликта [Текст] / Н.В. Гришина. – СПб.: Питер, 2015. – 582 с.
5. Кричевский, Р.Л. Если Вы - руководитель. Элементы психологии менеджмента в повседневной работе [Текст] / Р.Л.Кричевский. – М.: Дело. – 2016. – 392 с.

УДК 658.5

Аппельганц А.А.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

**ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК ЗАЛОГ
УСПЕШНОГО ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ**

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема, затрагивающая управление персоналом в бюджетных организациях. А также возможность адаптации мероприятий коммерческих организации по управлению персоналом в бюджетных структурах.

Ключевые слова: управление персоналом, бюджетная организация, коммерческая организация, финансовые ресурсы, дворцы культуры.

Appelgants A.A.

Financial University (Omsk)

**EFFICIENT PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM AS A PLEDGE OF SUCCESS
FOR ATTRACTING FINANCIAL RESOURCES**

Abstract. This article deals with the problem affecting the management of personnel in budgetary organizations, as well as the possibility of adapting the measures of commercial organizations for personnel management in budgetary structures.

Keywords: personnel management, budgetary organization, commercial organization, financial resources, palaces of culture.

В нашей стране большинство бюджетных учреждений испытывают финансовые трудности и организационные проблемы, а также не имеют эффективной структуры управления и мероприятий по стимулированию персонала. С данными проблемами легко справляются коммерческие организации. Как бы изменилась жизнь бюджетной организации, если бы она проводила мероприятия и пользовалась инструментами, которые применяет коммерческая структура? Давайте рассмотрим какие инструменты можно позаимствовать бюджетной структуре у коммерческой и насколько изменятся результаты ее деятельности после применения данных инструментов и мероприятий.

Для начала разберемся в главных особенностях коммерческого и бюджетного учреждения. Начнем с бюджетного. Бюджетные организации производят товары и услуги, чтобы удовлетворить общественные потребности или производят их с целью создания определенного блага. Це-

левой аудиторией являются клиенты и члены организации. Бюджетная структура держит ориентир на общественные потребности и условия, которые диктует государство. Также государство финансирует бюджетные учреждения, но зачастую данное финансирование не может обеспечить все необходимые расходы структуры. Поэтому бюджетному учреждению могут помогать различные социальные фонды, частные инвесторы. Наиболее распространенным вариантом является обеспечение своей деятельности за счёт собственных средств путем самофинансирования. Но часто организации попадают в сложную ситуацию, чтобы стать привлекательными для большего числа потребителей, а вместе с ними увеличить прибыль, необходимо стать конкурентоспособной организацией, в том числе и для коммерческих организаций, функционирующих в той же отрасли. Для этого бюджетной структуре необходимы различные изменения: ремонтные работы, обновление материально-технической базы. А для этого нужны денежные средства, а их и так не хватает. В результате, организации оказываются в замкнутом круге и от такой безысходности продолжают работать в том же режиме, в котором работают всегда. Теряя при этом потребителей, которые уходят к тем организациям, которые могут позволить себе шагать в ногу со временем. Казалось бы выхода нет, но есть моменты, которые можно исправить и на которые зачастую не обращают внимание руководители и менеджеры бюджетной структуры. К этим моментам вернемся после того, как рассмотрим особенности коммерческой организации.

Переходя к коммерческой организации, следует отметить следующие особенности. В предпринимательской сфере все решает коммерческая деятельность, благодаря которой организация получает прибыль. Коммерческая структура производит товары и услуги, которые нацелены на индивидуального потребителя. Их целевая аудитория – конечный потребитель. Политика управления строится исключительно на поведении конкурентов и клиентов. Компании проводят анализ деятельности и тщательно следят за тем, чтобы наёмные работники качественно выполняли свою работу [4, с.94].

Возможно ли бюджетной организации перенять особенности у коммерческой и выйти на новый уровень? Бюджетная организация в первую очередь должна обратить внимание на свой персонал. Именно от него зависит насколько качественным будет произведенное для общества благо или услуга. И если качество блага будет не соответствовать ожиданиям потребителей, то они уйдут к конкурентам, которые предлагают более качественные услуги. Именно от коллектива структуры зависит успешность организации. Если коллектив будет квалифицированным, ответственно относиться к своей работе, работать на благо организации, то и результат их работы будет качественным. На практике с этим возникает серьезная проблема: в бюджетных организациях ответственно подходят к работе лишь единицы. Низкие заработные платы, незначительное или полное отсутствие мероприятий, направленных на стимулирование сотрудников, сильная защита работников со стороны государства и другие факторы являются причиной незаинтересованности работника в выполнении работы на более высоком уровне. При этом рабочий защищен законодательством. Поэтому многие сотрудники в основном проводят впустую время на работе, «отсиживают рабочие часы» и знают, что в любом случае получат МРОТ. Со временем, бюджетная структура начинает терять свои позиции, приходит в упадок, производит некачественные услуги и теряет потребителей. Государство наблюдает за тем, что организация прекращает пользоваться успехом у населения и выделяет меньше денежных средств для нее, перекидывая средства в более востребованные структуры [2].

Переняв у коммерческой организации систему управления персоналом, бюджетная структура делает первый шаг на встречу к своему успеху. Рассмотрим данную ситуацию на примерах. Для этого в качестве бюджетных структур возьмем Дворцы культуры города Омска, а в качестве коммерческой – ассоциацию развития театрально искусства «Театральный Омский Проект». Дворцы культуры имели наибольшую популярность у зрителей в конце 90-х годов и в начале 2000-х годов. На данный момент они не выдерживают конкуренцию, но продолжают проводить бесплатные и платные мероприятия для школьников и для пенсионеров, проводят платный набор в клубные формирования при Дворцах по следующим направлениям: вокал, хореография, театральное искусство и т.д. С каждым годом зрителей и участников коллективов становится

все меньше, а проблем больше: протекают крыши, зрительные залы требуют современного технического оснащения и замены сидений, фасадам и площадям необходима реконструкция, а внутренние помещения нуждаются в косметическом ремонте. Конечно же, материально-техническая база является одной из причины потери зрителя и участников коллектива. Но также зритель уходит из-за снижения качества предоставляемой услуги. Недобросовестный подход и нехватка профессионализма в конечном счете сказываются на качестве концертов, КВН, спектаклях, познавательных и развлекательных программах. Режиссеры и культорганизаторы позволяют себе не вовремя сдавать сценарии, отменять репетиции и даже не приходиться на работу. Все это приводит к тому, что зрителям показывают незаконченный продукт- неотрепетированный, с техническими неполадками, заминками, недоработанным сюжетом и т.д. Также сказывается работа и другого персонала: вахтеров, гардеробщиков, уборщиков, технического персонала. Как известно, любое учреждение культуры начинается с тех, кто встречает зрителя и задает ему определенное настроение. Поэтому здесь необходима культура общения и вежливость, на деле во дворцах культуры г. Омска видим совершенно иную картину- грубость и нежелание контактировать со зрителем. Уборщицы помещений отводят на уборку незначительное количество времени, при этом некачественно ее выполняя. Все это играет важную роль в восприятии зрителем дворца культуры в целом и сказывается на его впечатлении о ДК и его услугах. Видя данное отношение, зритель уходит туда, где оправдываются его ожидания. Что необходимо предпринять дворцам культуры для возвращения хороших позиций?

Одним из наиболее успешных коммерческих учреждений культуры в Омске является «Театральный Омский Проект», который предлагает зрителям различные спектакли. Разберем более подробно, каким образом менеджеры театра управляют персоналом и возможно ли применить данную методику к сотрудникам дворцов культуры [5].

Во-первых, «Театральный Омский Проект» серьезно подходит к контролю за выполнением работников своих обязанностей. Любые нарушения трудовой дисциплины, прогулы, пропуски репетиций, некорректное обращение со зрителем и т.д. выносятся на публичное обсуждение. Первый раз все обходится выговором, но если ситуация повторяется, то руководство переходит к более серьезным мерам – штрафы и даже увольнение. Руководство не забывает и о другой стороне – о поощрении сотрудников, которые ответственно подходят к работе. Данную систему возможно применить и во Дворцах культуры. Ввести строгий контроль за явкой сотрудников и за качеством проводимых мероприятий, следить за тем, как относятся к зрителям, устраивать собрания, на которых будут обсуждаться ошибки в работе и предлагаться пути их решения. Если сотрудники не принимают мер по улучшению работы и дальше позволяют себе ничего не делать на работе, то необходимо переходить к штрафам, увольнениям и поиску квалифицированных кадров. Единственная сложность, которая возникает в бюджетном учреждении – процедура увольнения сотрудника. Для начала необходимы доказательства: докладные записки, объяснительные, жалобы и т.п. Увольнение должно осуществляться с соблюдением процедур, предписанных Трудовым кодексом РФ: должна быть оценена тяжесть проступка, от работника должно быть получено объяснение в письменной форме, которое он должен представить в срок, не превышающий двух рабочих дней. Также необходимо ввести стимулирующие мероприятия – разъяснение сотруднику насколько важен его труд для дворца культуры, хвалить за качественную работу и ввести систему премирования [3,с.121].

Во-вторых, коммерческий театр Омска проводит оптимизацию рабочих мест, смотрит как сотрудники справляются с поставленной задачей, сколько на это уходит сил и времени. Если в штате находится меньше людей, чем необходимо для выполнения определенной задачи, то штат расширяется, а если наоборот, количество сотрудников больше, тем самым выполнение всех поставленных задач происходит быстрее, а оставшееся время уходит на личные дела сотрудников, то штат сокращается. Например, если в штате находится несколько администраторов и одного сокращают, то между оставшимися разделяются обязанности сокращенного сотрудника, при этом дополнительная работа поощряется премией. Вдобавок, часть денежного фонда остается и ее можно потратить на другие нужды театра. Если рассматривать дворцы культуры, то

оптимизация штата является очень актуальной проблемой для них. Во дворцах культуры существуют полставочники – люди, которые занимают ½ часть ставки. На практике, у данных сотрудников понижена мера ответственности, они перекидывают работу друг на друга, в итоге работа остается невыполненной, также невозможно проконтролировать время прихода и ухода на работу данных сотрудников, у них гибкий график и они часто отсутствуют, когда их помощь необходима дворцам культуры. Дворцы культуры должны провести оптимизацию рабочих мест, убрать ½ ставки и нанимать людей на полную ставку, тем самым дворцы обретут сотрудников, которые будут работать и при этом из бюджета не уйдут дополнительные денежные ресурсы.

Третий шаг: коллектив - единое целое. Руководство и менеджеры коммерческого театра проводят мероприятия для сотрудников, устраивают праздники, проводят беседы, на которых говорят о важности каждого сотрудника, о необходимости помогать друг другу и быть на подхвате в трудную минуту, учат работать вместе и идти с коллективом к достижению общей цели. Также большую роль играет единый имидж компании. Он объединяет всех сотрудников в эффективный коллектив, с целью повышения качества работы и улучшения общего восприятия компании со стороны клиентов и партнеров. Здесь можно отметить и корпоративный стиль одежды и фирменные цвета, и слоган, и оформление в одном стиле видеороликов, баннеров, помещений и т.д. Эти мероприятия укрепляют корпоративный дух, сотрудники становятся единой командой и понимают общую цель. Данные мероприятия несложно внедрить и для дворцов культуры, в которых так не хватает командного духа, который бы направлял сотрудников к достижению целей [1, с.40].

Итак, мы выяснили какие мероприятия проводит руководство ассоциации развития театрально искусства «Театральный Омский Проект» для эффективного управления персоналом. Эти мероприятия направлены на контроль за выполнением работы, на стимулирование работников и на санкции в отношении недобросовестных работников, на оптимизацию штата и на укрепление корпоративного духа. Данные мероприятия возможно применить и во дворцах культуры, тем самым наладить работу персонала, который сможет предоставлять потребителям качественные услуги и удовлетворить потребности населения. Привлекая зрителей, дворцы смогут увеличить и количество поступающих денежных средств, которые могут быть направлены на реконструкцию площадей и фасадов, на техническое оснащение и т.д. Эффективную работу дворцов также сможет оценить Администрация города и, возможно, поддержит данное развитие дополнительными финансовыми ресурсами.

Список используемых источников:

1.Граничная, А.А. Управление мотивацией персонала в коммерческих организациях малого бизнеса/ А.А. Граничная// Гуманитарные социально-экономические и общественные науки. - 2018. - №5. - С.40-41

2.Дворцы и дома культуры в Омске [Электронный ресурс] –Режим доступа: <http://omsk.spravker.ru/dvorcy-i-doma-kultury>, свободный.

3.Мурзаibraим, У.Р. Роль кадровой политики и управление персоналом в коммерческой организации в современных условиях/ У.Р. Мурзаibraим, Э.Ш. Сатылганова//Наука, новые технологии и инновации. - 2017 . - №9. - С.120-122

4.Никитина, С.Д. Отличие бюджетного учреждения от коммерческой организации/ С.Д. Никитина// Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития.-2015. - №23. - С. 93-97

5.Театральный Омский Проект [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://top-teater.ru>, свободный.

Ахметова А.М., Шашкова А.С.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Омск)

РЕКЛАМА НА YOUTUBE И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация. В статье описывается актуальность использования онлайн видео-платформы Youtube в качестве инструмента для достижения маркетинговых целей кампании, а также феномен инфлюенсер-маркетинга и его влияние на потребительское поведение представителей поколения Z.

Ключевые слова: Youtube, реклама, поколение Z, видеоблоггеры, потребительское поведение.

Akhmetova A.M., Shahkova A.S.
Financial University (Omsk)

YOUTUBE ADVERTISING AND ITS IMPACT ON COMSUMER BEHAVIOR

Abstract. The article describes the relevance of using the online video platform Youtube as a tool for achieving the goals of a marketing campaign, as well as the phenomenon of influencer marketing and its influence on consumer behavior of the representatives of generation Z.

Keywords: Youtube, advertising, Z generation, video bloggers, consumer behavior.

Маркетинг в социальных сетях чаще всего влияет на потребителей в современном мире. Многие видеоблоггеры на YouTube выступают в роли авторитетов для своей аудитории и поэтому, имеют возможность воздействовать на молодую целевую аудиторию. В статье будет исследовано это влияние, изучен YouTube с точки зрения маркетинга и поколение молодых людей как потребителей.

Тема статьи является актуальной, поскольку молодое поколение (Поколение Z) является следующей широкой группой потребителей, и для современных компаний важно уметь эффективно воздействовать на них. YouTube на сегодняшний день является одним из наиболее влиятельных маркетинговых каналов, поэтому он часто подвергается исследованиям.

Маркетинг в социальных сетях является одной из категорий более широкого цифрового маркетинга. Основной целью маркетинга в социальных сетях является создание присутствия компании в Интернете на различных каналах взаимодействия, а также привлечение клиентов к общению по этим каналам. Рассмотрим YouTube более подробно как один из каналов взаимодействия с потребителями.

YouTube - это онлайн-видеоплатформа, которая была основана в 2005 году. На YouTube люди со всего мира, которые имеют доступ к Интернету, могут бесплатно загружать, смотреть, комментировать и обмениваться видеоконтентом. Тот факт, что канал бесплатный, является одним из аспектов, отличающих YouTube от других онлайн видеоплатформ.

YouTube является креативной платформой для маркетинга, но, поскольку каждую минуту по всему миру загружается 100 часов видео, компаниям необходимо создать надежную стратегию маркетинга, чтобы обыграть своих конкурентов. По мнению Forbes, при создании контента для YouTube, компаниям следует учитывать два важных аспекта: качество и регулярность. Чтобы выделиться из толпы, компания должна регулярно создавать качественные видеоролики. Чем больше видео, тем лучше [1]. Маркетинг на YouTube требует много работы и планирования, но это стоит того, ведь он может быть очень эффективным.

В последние годы YouTube приобрел большую популярность благодаря появлению профессиональных видеоблоггеров – «ютуберов». Они имеют миллионы подписчиков и зрителей по всему миру. Маркетологи также заметили растущую популярность YouTube как видеоплатформы и видеоблоггеров среди пользователей. В связи с этим появилось много разных способов

разместить рекламу на YouTube. Основными формами рекламы являются «рекламные бамперы», реклама TrueView и реклама TrueView In-Stream.

«Рекламные бамперы» отображаются в начале текущего видео и длятся всего несколько секунд. Рекламные объявления TrueView отображаются в основном в результатах поиска, когда пользователь ищет видео из панели поиска, а рекламные объявления TrueView In-Stream показываются в начале видео, но длятся дольше, чем «рекламный бампер». TrueView In-Stream при желании может быть пропущена пользователем. В дополнение к этим основным формам рекламы все больше компаний продают свои бренды и продукты в сотрудничестве с видеоблогерами.

Важно отметить, что популярные видеоблогеры часто выступают в качестве образца для подражания для большинства своих подписчиков. Исследование, проведенное финской медиакомпанией A-lehdet, связанное с ролью и ответственностью видеоблогеров на YouTube, показало, что 75% опрошенных видеоблогеров считают, что являются авторитетами для их подписчиков, поэтому могут влиять на решение подписчиков о потреблении и покупке. Многие видеоблогеры ведут коммерческое сотрудничество с брендами, например, показывая свои продукты в своих видео. Так компании решили проводить влиятельный маркетинг, используя популярных личностей в качестве сторонников своего бренда в стратегии маркетинга в социальных сетях.

Можно сказать, что реклама продукта популярными видеоблогерами является одним из самых часто используемых и эффективных способов маркетинга на YouTube. Создание видео на YouTube - это способ общения и взаимодействия с людьми, и многие видеоблогеры утверждают, что между ними и их зрителями создана определенная связь. Именно лояльная и преданная аудитория этих инфлюенсеров ((от английского influence — «влиять») — люди, мнение которых имеет значение для определённой аудитории) привлекает компании к коммерческому сотрудничеству с видеоблогерами. Это означает, что они, например, получают продукты от компании, тестируют их и далее делятся своими впечатлениями и мнениями о тех или иных продуктах и брендах. Такой контент пользуется популярностью среди молодых людей, так как многие потребители часто ищут информацию о продукте перед его покупкой. Одним из важных способов поиска и получения информации является WOM-маркетинг (маркетинг из уст в уста). Можно утверждать, что не только друзья и родственники являются одним из важных источников получения информации и мнений для молодых людей, но и инфлюенсеры. Компании таким путем хотят повысить узнаваемость бренда своей компании и привлечь новых клиентов.

Взаимодействие компаний с «ютуберами» может оказать значительное влияние на рост продаж рекламируемых товаров, поскольку, на сегодняшний день все больше молодых людей считают своими кумирами тех или иных видеоблогеров. Все меньшей популярностью среди молодых людей обладают более узнаваемые знаменитости, такие как певцы или актеры. Можно сказать, что потребители прислушиваются к обычным людям на YouTube чаще, чем к знаменитостям из рекламы по телевидению, с которыми они не чувствуют никакой связи [4]. Однако, одной из причин того, что иногда видеоблогеры могут не оказывать полного и прямого влияния на решения потребителей о покупке, является отсутствие доверия их мнению. Молодые люди могут скептически относиться к положительным отзывам о продуктах. Это объясняется тем, что такие отзывы могут оказаться результатом коммерческого сотрудничества видеоблогера с брендом. Такие ценности компаний как честность, подлинность и прозрачность важны для молодых потребителей.

Также следует отметить, что видеоблогеры могут быть источником мотивации, вдохновения, а также образования. Согласно исследовательскому проекту «YouTubers Power and Responsibility», осуществляемому A-lehdet, который финансируется Фондом исследований медиаиндустрии Финляндии, молодые люди часто используют Youtube как источник информации, просматривая видео-туториалы или выступления (лекции) на конференции TED, называемые «TED Talk». Такие видео также являются образовательным ресурсом. Videоблогеры могут не только оказывать влияние на решения зрителей о покупке, но и оказывать большое влияние на сознание молодых зрителей, освещая в своих видео такие социальные темы, как равенство и

феминизм. Несмотря на то, что данные факты не имеют прямого отношения к теме данной статьи, все же важно отметить это наблюдение. YouTube можно использовать в качестве канала, чтобы разрушить стереотипы людей в отношении разных важных тем. Инфлюенсер-маркетинг от видеоблоггеров также может быть использован «зелеными» компаниями, т.е. компаниями, в чьи принципы входят экологическая и социальная ответственность перед окружающей средой, поскольку молодые потребители зачастую заинтересованы и осведомлены о социальных и экологических проблемах, актуальных сегодня. Такие результаты пробуждают дискуссию о том, смогут ли неэтичные компании и бренды заключать коммерческие соглашения о сотрудничестве с ютуберами, поскольку зрителей интересуют бренды с хорошей репутацией и имиджем.

Как уже было отмечено выше, при исследовании YouTube как маркетингового канала изучается потребительское поведение молодой целевой аудитории, которой маркетологи интересуются больше всего. Это неудивительно, поскольку, к 2020 году они будут составлять 40% рынка [4]. Определение «Поколения Z» в Оксфордском словаре выглядит следующим образом: «Поколение, достигшее совершеннолетия во втором десятилетии 21-го века, воспринимается как знакомое с Интернетом с очень раннего возраста». Возрастной диапазон варьируется от источника к источнику, но чаще всего встречается информация, что представители Поколения Z рождались в период между 1996 и 2010 годами.

Согласно исследованию, проведенному в январе 2013 года CopyPress, компанией-разработчиком программного обеспечения, специализирующейся на инструментах контент-маркетинга, наиболее экономически эффективными типами контента являются статьи, видео и официальные документы. Видео занимает в рейтинге контентных стратегии, показывающих наибольший ROI (показатель эффективности инвестиций) для маркетологов, второе место после статей (51,9% маркетологов считают видео эффективным) [2].

Американская транснациональная компания Cisco, разрабатывающая и продающая сетевое оборудование представила в конце года результаты своего исследования Интернета – «Наглядный индекс развития сетевых технологий» (Visual Networking Index – VNI) о развитии глобальных IP-сетей с 2017 г. по 2022 г. К 2022 г. видеотрафик в России составит 79% глобального IP-трафика [3]. Становится ясно, что с каждым годом число людей, предпочитающих просмотр видео в Интернете растет, и это, в свою очередь, дает повод развиваться маркетингу в социальных сетях огромными темпами. Причем YouTube является неоспоримым лидером среди онлайн-платформ, что позволило ему стать одним из самых эффективных средств рекламы на сегодняшний день.

Поэтому можно сделать вывод о том, что при рациональном использовании онлайн видеоплатформа YouTube может стать мощным и результативным инструментом для достижения целей маркетинговой кампании. Сегодня данный сайт активно развивается и расширяет собственную аудиторию, не теряя при этом собственных лидирующих позиций как информационного ресурса.

Список используемых источников:

1. Кузьмич А. М2М там правят бал. Cisco представила результаты исследования интернета VNI [Электронный ресурс] / А. Кузьмич. – Режим доступа: <http://www.connect-wit.ru/m2m-tam-pravyat-bal-cisco-predstavila-rezultaty-issledovaniya-interneta-vni-visual-networking-index.html>, свободный.
2. Рожков, А. Что мы знаем о 16-летних [Электронный ресурс] /А. Рожков. – Режим доступа: <https://vc.ru/flood/26970-cto-my-znaem-o-16-letnih>, свободный.
3. Agrawal, A.J. 5 Tips to Improve Your YouTube Marketing Strategy [Электронный ресурс] / A.J. Agrawal. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/ajagrawal/2017/01/12/5-tips-to-improve-your-youtube-marketing-strategy/#79b2c982494f>, свободный.
4. Which Content Marketing Tactics Get the Best ROI? [Электронный ресурс] // Data and Research on Digital for Business Professionals // eMarketer. – Режим доступа: <https://www.emarketer.com/Article/Which-ContentMarketing-Tactics-Best-ROI/1009706>, свободный.

ВЛИЯНИЕ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические аспекты влияния стиля руководства на эффективность управленческой деятельности. Целью работы является исследование стиля управления и его влияние на эффективность деятельности организации. В результате проведенного исследования автором сделан вывод о том, что в процессе управления людьми руководители чаще уделяют внимание проблемам мотивации и стимулирования, в то время, как только правильно определенный стиль управления позволяет наиболее успешно использовать потенциал всех сотрудников предприятия.

Ключевые слова: руководство, управление, стиль руководства, эффективность управленческой деятельности.

Баннова М. А.

Omsk state pedagogical University (Omsk)

THE INFLUENCE OF LEADERSHIP STYLE ON THE EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT ACTIVITIES

Abstract. The article deals with the theoretical influence of management style on the efficiency of management activities. The aim of the work is to study the management style and its impact on the effectiveness of the organization. As a result of the conducted research, the author concludes that in the process of managing people managers often pay attention to the problems of motivation and stimulation, while only a properly defined management style allows the most successful use of the potential of all employees of the enterprise.

Keywords: management, management, style of management, efficiency of management activity.

В управленческой литературе можно встретить множество определений такого понятия, как «стиль управления». Естественно, что все они являются схожими между собой относительно своих основных черт. Так, например, Т.Н Мухамедов рассматривает стиль управления в качестве особого комплекса используемых руководителем систематически определенных методов принятия решений, а также оказывая воздействие на подчиненных и общаясь с ними [1, с. 590]. При этом стиль управления это еще и устойчивый комплекс тех черт руководителя, которые проявляются в его отношениях с подчиненными. Таким образом, можно говорить о том, что это тот способ, с помощью которого начальник управляет своими подчиненными и в котором соответственно и выражается образец его поведения, независимый от каких-либо конкретных ситуаций.

По нашему мнению стиль управления характеризует не вообще поведение руководителя, а то устойчивое и инвариантное, что обнаруживается в нем, проявляющееся постоянно в самых различных ситуациях. Осуществление поиска и использование наиболее оптимальных стилей управления призваны способствовать повышению достижений и удовлетворенности работников организации.

О.В. Коровкина указывает на то, что непосредственно сама концепция стилей управления получила свое наиболее интенсивное развитие после второй мировой войны [2, с. 181]. Однако и по сей день исследователи, пытающиеся дать ответ на вопрос о том, как же выработать наиболее эффективный способ руководства подчиненными, сталкиваются с рядом не решенных проблем. Ключевой из них является на наш взгляд понимание того, в чем заключается эффективность стиля управления и как ее определить. Сложность обусловлена многокомпонентностью

результатов, которых следует достигнуть с помощью определенного стиля. Такие компоненты трудно анализировать в виду их сложности сведения к какой-то определенной величине и сопоставления с результатами, полученными от применения других стилей руководства. Также довольно проблематично установить причинно-следственные связи между применяемым стилем управления и эффективностью, возникающей от его использования.

Л.И. Лукичева указывает на то, что стиль управления обычно рассматривают как причину достижения определенного следствия, а именно, производительности сотрудников. Но такое причинно-следственное отношение не всегда может в полной мере соответствовать действительности, так как часто именно характер достижений сотрудников, независимо от того какие это достижения: незначительные или же наоборот высокие, побуждает непосредственно самого руководителя к использованию конкретного стиля.

Изменчивость ситуации, мы видим, прежде всего, внутри самой организации. При этом стили управления обнаруживают свою эффективность только в определенных условиях, но эти условия также не остаются неизменными. С течением времени как руководитель, так и его сотрудники могут менять свои ожидания и отношения друг к другу, вследствие чего применяемый стиль оказывается неэффективным, а оценка его использования становится недостоверной. Но, несмотря на указанные трудности, все же стили управления – это важный ориентиром в решении задач повышения эффективности руководства организацией.

По мнению Л.Н. Мамаевой стиль управления можно определить двумя способами:

- с помощью выяснения особенностей индивидуального стиля управления, который использует по отношению к своим подчиненным начальник;
- с помощью теоретической разработки комплекса типичных требований к поведению руководителя, направленных на интеграцию сотрудников и их использование в процессе достижения целей организации.

Кроме того можно еще рассматривать стиль руководства в качестве не только стабильно проявляющихся особенностей в процессе взаимодействия руководителя со своим, которые формируются под влиянием объективных и субъективных условий управления, но и индивидуально-психологических особенностей личности самого руководителя. К числу таких объективных, внешних условий, которые по мнению Т.Н. Мухамедова, формируют стиль управления на конкретном управленческом уровне, следует относить характер коллектива, специфику стоящих перед ним задач наличие определенных условий выполнения данных задач, а также применяемые способы и средства осуществления деятельности. На ряду с указанными следует выделить такой фактор как уровень развития коллектива. При этом все индивидуально-психологические особенности конкретного руководителя и призваны вносить особое своеобразие в его управленческую деятельность. Таким образом, можно сделать вывод о том, что каждый руководитель проявляет присущий именно ему индивидуальный стиль управления, формирующийся под соответствующие трансформации со стороны внешних влияний.

В ходе анализа литературы по теме исследования мы пришли к выводу о том, что стиль управления представляет собой особый способ, конкретную систему методов воздействия со стороны руководителя на подчиненных. Это один из тех важнейших факторов, которые позволяют обеспечивать эффективную работу организации, способствуют наиболее полной реализации тех потенциальных возможностей, которые имеются людей и коллектива в целом.

Отметим, что стиль управления воспринимают как привычную манеру поведения руководителя по отношению к подчиненным, с целью оказания на них определенного влияния и побуждения к достижению поставленных целей. При этом та степень, до которой управленец может делегировать свои полномочия, те типы власти, которые он использует им, и его забота не только об отношениях в коллективе, но и о выполнении задачи – все это призвано отражать стиль управления, характеризующий данного лидера.

Каждая организация представляет собой уникальную комбинацию индивидов, целей и задач. Каждый управляющий - это уникальная личность, обладающая рядом способностей. Поэтому стили управления не всегда можно отнести к какой-то конкретной категории.

Далее рассмотрим основные стили руководства. Прежде всего, это авторитарный стиль, который характеризует недопустимость различного рода вольностей, а также каких-либо неформальных отношений между подчиненными и их руководителем. Проявляется чаще всего в наличии особого дресс-кода и четкого режима работы, с регламентированием всех реализуемых мероприятий.

К негативным сторонам такого стиля С.В. Шпитонков относит следующие [6, с. 40]:

- довольно низкая инициативность со стороны сотрудников организации;
- наличие большого процента увольнений;
- концентрация всей ответственности в руках либо одного руководителя, либо нескольких управленцев.

Однако автократический стиль помимо недостатков имеет и существенные преимущества [5, с. 108]:

- оперативное принятие решений на высшем уровне руководства, что обусловлено отсутствием необходимости их согласовывать;
- корпоративная дисциплина находится на высоком уровне;
- руководитель достаточно хорошо информирован обо всех этапах организации труда своего предприятия.

Важно понимать, что стремление руководителя к чрезмерной авторитарности лишь негативно сказывается на общей атмосфере в коллективе, приводя во многих случаях к снижению качества труда и ухудшению его результатов. Однако, как утверждает П.В. Шеметов, такой способ управления эффективен в условиях кризисных и экстремальных ситуаций, когда и требуется возникает четкое и быстрое принятие необходимых решений.

Что касается следующего стиля руководства – демократического, то его характерная особенность заключена в децентрализации полномочий и активном задействовании персонала в процессе принятия решений, что предоставляет сотрудникам возможность полноценного участия в самом ходе достижения результата, а также является для них дополнительным стимулом и мотивацией.

Рассматриваемый стиль руководства показывает вою эффективность в управлении коллективом тогда, когда исполнители хорошо разбираются в тонкостях и самом процессе организации и осуществления труда и, соответственно, могут инициировать те коррективы и изменения, которые являются необходимыми.

Нередко, компетенция сотрудника оказывается выше, чем у начальника. В таком случае, демократичный управленец готов идти на компромисс и прислушиваться к мнению сотрудника.

Следующий стиль управления называют анархическим или либеральным. Именно он представляет собой сочетание всех тех принципов, которые были выше указаны в описанных ранее стилях [19, с. 207]. Наличие руководителя при таком стиле управления является формальным. Здесь последний выполняет скорее посредническую роль между сотрудниками и высшим руководством. Такой стиль может быть в тех коллективах, где каждый из его членов является так называемой «автономной единицей» и, соответственно, не нуждается в осуществлении в отношении него прямого руководства.

Управляющее воздействие со стороны руководителя заключается в постановке задач, далее он уже отходит на второй план, предоставляя исполнителям возможность самостоятельно продвигаться в направлении достижения цели. Либеральный стиль часто можно встретить в каких-либо научно-технических коллективах.

Все попытки, которые связаны с определением идеального и эффективного стили руководства, подходящего абсолютно каждому управленцу априори обречены на провал. Таким образом, можно говорить о том, что в управлении не может быть «плохих» или же «хороших» стилей управления, так как именно конкретная ситуация, а также вид деятельности, личностные особенности подчиненных и прочие факторы обуславливают обнаруживаемое оптимальное соотношение каждого стиля и преобладающий стиль руководства. Изучение практики руководства организациями свидетельствует, что в работе эффективного руководителя в той или иной степени присутствует каждый из трех стилей руководства.

Вопреки распространенным стереотипам преобладающий стиль руководства практически не зависит от пола. Бытует ошибочное мнение, что женщины-руководители более мягки и ориентированы в первую очередь на поддержание хороших отношений с деловыми партнерами, в то время как мужчины-руководители более агрессивны и ориентированы на конечный результат. Причинами разделения стилей руководства скорее могут быть личностные особенности и темперамент, а не половые характеристики. Успешные топ-менеджеры – и мужчины, и женщины – не являются приверженцами только одного стиля. Как правило, они интуитивно или вполне осознанно комбинируют различные стратегии руководства.

Таким образом, мы пришли к выводу о том, что стиль управления характеризует не вообще поведение руководителя, а то устойчивое и инвариантное, что обнаруживается в нем, проявляющееся постоянно в самых различных ситуациях. Осуществление поиска и использование наиболее оптимальных стилей управления призваны способствовать повышению достижений и удовлетворенности работников организации.

Список используемых источников:

1. Азимов, Т. А., Безнощук, Л. Ю. Сравнение стилей руководства [Текст] / Т.А. Азимов, Л.Ю. Безнощук // Молодой ученый.– 2016.– №11.– С.590–593.
2. Алексеев, А.С., Пантелеев, С.С., Голодаев Д.М., Савина А.О., Крыжевская С. И., Васина А. В. Особенности современного российского стиля управления [Текст] / А.С. Алексеев, С.С. Пантелеев, Д.М. Голодаев, А.О. Савина, С.И. Крыжевская, А.В. Васина // Научно-методический электронный журнал «Концепт».– 2016.– Т. 43. – С.180–184.
3. Виноградский, Н.Д. Организация труда менеджера [Текст] / М.Д. Виноградский, А.М. Виноградская, В.М. Шкановая. – К.: Центр учебной литературы, 2012.– 504 с.
4. Дорошенко, Е.А. Оценка профессиональных, деловых и личностных качеств персонала: методические рекомендации по аттестации руководителей и специалистов [Текст] / Е.А. Дорошенко. – К.: МАРП, 2016.– 172 с.
5. Коровкина, О.В. Стили руководства и их влияние на формирование морально-психологического климата в коллективе [Текст] / О.В. Коровкина // Экономика и социум: современные модели развития.– 2011.– № 1.– С. 108–111.
6. Шпитонков, С.В. Стили руководства и ресурсы управления персоналом организации [Текст] С.В. Шпитонков // Психология. Экономика. Право.– 2013.– № 4.– С. 39–44.

Код УДК: 334

Бейсова А. Н.
Финансовый Университет при Правительстве РФ (г. Омск)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССА СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические аспекты процесса слияния и поглощения. Целью работы является изучение особенностей процесса слияния и поглощения. Автор статьи пришел к выводу о том, что организация данного процесса оказывает определяющее влияние на дальнейшее развитие компании.

Ключевые слова: слияния, поглощения, сделка, классификация типов M&A, увеличение капитала, интеграция.

Beisova A. N.
Financial University (Omsk)

THEORETICAL ASPECTS OF MERGING AND ABSORPTION PROCESS

Abstract. The article discusses the theoretical aspects of the merger and acquisition process. The aim of the work is to study the features of the merger and acquisition process. The author of the article

came to the conclusion that the organization of this process has a decisive influence on the further development of the company.

Keywords: *mergers, acquisitions, transaction, classification of M&A types, capital increase, integration.*

В настоящее время сложно представить предприятие, деятельность которого изолирована от других субъектов рынка. Деятельность и развитие компании во многом определено тем, как она взаимодействует с другими компаниями.

Предприятия в процессе развития бизнеса используют дополнительные пути расширения сфер своей деятельности. Один из таких путей, который популярен и среди развитых и успешных компаний – сделки по слиянию и поглощению. (M&A). В результате данных сделок происходит объединение компаний и предприятий в более крупные по своим размерам объединения, которые конкурентоспособны и дают возможность более эффективного противостояния рыночной конъюнктуре и повышения результативности.

Термин «слияния и поглощения» на английский язык дословно переводится как “mergers and acquisitions” (M&A).

M&A является одним из частных случаев реорганизации. Характеризуется последняя изменением юридического статуса одного из участников сделки и прекращением существования.

В широком (экономическом) понимании «слияние и поглощение» рассматриваются как способ установления контроля над обществом и его активами.

В экономике под слиянием и поглощением понимается один из возможных вариантов общественного контроля и контроля над активами.

Иностранная и российская практика понятия слияния включает в себя процесс объединения двух и более организаций в одну единую, с оговоркой о том, что экономические параметры должны быть примерно одинаковы [3, с 35]. При этом анализ различных отечественных и зарубежных источников позволяет сделать вывод об отсутствии четкой границы между понятиями слияния и поглощения/приобретения в плане экономики, то есть в изученных источниках они рассматриваются вместе. В то же время акцентируется внимание на примерно одинаковые размеры компании, но в поглощениях их размеры отличаются друг от друга. Также во многих источниках рассматриваются понятия «слияние форм» и «слияние активов».

Слияние форм представляет собой сделку, процесс слияния компаний с прекращением их самостоятельного существования как субъекта налоговых отношений и как юридического лица. В этом случае новая организация берет на себя функцию контроля и управления всеми активами, обязательства перед клиентами составных частей, которые после реорганизуются.

Слиянии активов – сделка, процесс, в ходе которого собственники компаний-участников передают контроль над своими компаниями в состав уставного капитала. При этом сохраняется деятельность и организационно-правовая форма последних. Тогда вкладом можно назвать только право контролировать компании.

В синонимичном значении понятию «поглощение» часто применяется понятие «присоединения» [1]. Интересным фактом является то, что законодательство допускало реорганизацию через поглощение.

Любопытно, что ранее в законодательстве допускалась реорганизация в форме поглощения, которое предполагает покупку 100% акций общества. Сегодня часто можно встретить такое обозначение слияния и присоединения, поскольку в нем лучше отражена логика и сущность сделки. [2].

В процессе поглощения контроль над поглощенной компанией переходит к другой группе. Иногда в результате смены контроля меняется и команда управляющих поглощенной компании, но это характерно враждебному поглощению.

В настоящее время существуют разнообразные классификации типов слияния и поглощения компаний, наиболее важные из которых описаны ниже:

I. По признаку интеграции компаний M&A бывают:

1. горизонтальные слияния (объединение предприятий, который действуют на одном рынке)

2. вертикальные слияния (объединение предприятий из разных сфер, которые связаны единством технологического процесса производства продукта)

3. родовые слияния (объединение предприятий, которые занимаются выпуском взаимосвязанных товаров)

4. конгломератные слияния (объединение предприятий из разных сфер производства, которые не связаны горизонтальной или вертикальной интеграцией):

Конгломератные слияния делятся на следующие три вида:

1. слияния с расширением продуктовой линии - объединение продуктов, которые имеют сходства в процессе производства и каналах реализации, но не конкурируют между собой;

2. слияния с расширением рынка - приобретение дополнительных каналов реализации продукции в ранее не обслуживаемых географических районах;

3. чистые конгломератные слияния, не предполагающие никакой общности.

II. По критерию национальной принадлежности объединяемых компаний выделяют:

1. национальные слияния – объединение компаний, которые находятся на территории одной страны;

2. транснациональные слияния – слияние либо приобретение находящихся в разных странах компаний.

III. По критерию отношения управленческого персонала компании к M&A поглощению выделяют:

1. дружественные слияния – слияния, в которых сделка осуществляется с поддержкой руководителей и акционеров компаний-участников;

2. враждебные слияния – слияния и поглощения компаний, руководители которых не согласны с предстоящей сделкой и препятствуют. Тогда компания-покупатель вынуждена осуществлять на фондовом рынке ряд мероприятий против поглощаемой компании.

IV. По способам объединения потенциалов компаний выделяют:

1. корпоративные альянсы – две и более объединенных компаний, деятельность которых направлена на определенную сферу бизнеса. Это объединение обеспечивает синергетический эффект в данном направлении, в иных направлениях деятельности организации могут действовать самостоятельно. В этих целях компаниями могут создаваться различные совместные структуры.

2. корпорации – такой тип слияния, при котором объединяются все активы фирм, участвующих в сделке.

По объединяемым потенциалам слияния делятся на:

- производственные слияния – слияния, связанные с объединением производственных мощностей компаний. Ключевой целью такого слияния является получение синергетического эффекта через увеличение масштабов деятельности.

- чисто финансовые слияния – слияния, которые направлены на централизацию финансовой политики. Она способствует усилению позиций на рынке ценных бумаг, в финансировании инновационных проектов и т.д. Финансовое руководство и потоки финансов в диверсифицированных фирмах могут быть более эффективными, поскольку в них процессы синергетики управления могут приобретать новые формы. [3, с 20]

Чистые доходы – одна из характеристик слияния, которая четко показывает их вклад.

Процесс слияния происходит быстрее, чем создаются новые подразделения и структуры. Слияние также снижает уровень конкуренции. Возможно, поэтому управленцы пользуются этим инструментом.

Тип слияния во многом определяется тем, какая ситуация сложилась на рынке сейчас, перспективой его развития, целями, стратегиями деятельности предприятий и их ресурсами. Далее, слияния и поглощения компаний имеют свою специфику на различных рынках, в различных странах или регионах мира. Но есть и общие положения, которые раскрывают особенности данных сделок.

Специфика слияний и поглощений заключается в том, что обеспечение сделок базируется на преимуществах перед конкурентами, получение которых возможно с меньшими расходами именно в результате приобретения активов других компаний. В начале сам процесс слияния и поглощения может показаться выгодным из-за того, что усилия маркетинговых служб объединяются и растет капитал. В то же время эффективность процессов интеграции может быть низка из-за неготовности компаний к сотрудничеству, непроработанных приоритетов и метод управления ими, несмотря на обеспеченность человеческими и материальными ресурсами. Эффективность повысится только тогда, когда ресурсы компании покупателя будут работать в купе с ресурсами, которые имеются в приобретаемой компании и будут взаимодополняемы. К примеру, на предприятии есть достаточные средства для того чтобы реализовать проекты, но отсутствует научный потенциал и работники с высокой квалификацией, процесс М&А станет решением этой проблемы, но только при условии грамотной организации интеграции предприятий на каждой стадии развития.

По мнению автора, политика бизнеса должны быть выстроена так, чтобы были достигнуты инновационные прорывы. В настоящее время существует проблема выпуска производственных средств с высокой технической оснащенностью, отсутствие которых делает невозможным изготовление конкурентоспособной продукции. Поэтому, следует выстраивать бизнес политику таким образом, чтобы добиться инновационных прорывов. Сейчас особенно остро стоит вопрос выпуска технически оснащенных средств производства, без которых невозможно изготавливать конкурентоспособную продукцию.

Опыт современного бизнеса показывает, что на рынке много компаний с хорошими проектами, но отсутствием возможностей, позволяющими их реализовать. Налоговым законодательством поощряются предприятия, занимающиеся научно-исследовательскими разработками, им предоставляются налоговые льготы и освобождение от налогообложения. Эти льготы могут быть использованы крупными компаниями после слияния. Для предприятий, занимающихся инновационной деятельностью актуальна возможность учета расходов на научно-технические разработки, вне зависимости от результата, в качестве затрат, которые уменьшают налогооблагаемую прибыль.

Для инновационных компаний особенно актуально, что расходы на изобретательство и экспериментальные разработки, независимо от результата, в полной мере разрешается учитывать в качестве затрат, уменьшающих налогооблагаемую прибыль [4, с 154]. Для достижения положительной динамики в экономическом развитии важное значение имеет реализация эффективных налоговых механизмов стимулирования инвестиционной предпринимательской деятельности [5, с 172].

Необходимость модернизации процесса производства, изменения технологии производства, создание продукта нового качества, которое должно отвечать современным стандартам является одной из предпосылок слияний и поглощений. Процесс М&А позволяет решить проблему импортозамещения. Товар российского качества с конкурентными преимуществами может противостоять иностранным конкурентам. Помимо этого, существуют и другие достоинства таких сделок.

Плюсов М&А достаточно сложно добиться и встречаются они не все сразу. Часто благоприятные исходы повышают конкурентоспособность новой компании. Но также и происходит достижение иных целей концентрации бизнеса, таких как:

- увеличение капитала, как очевидный результат слияний и поглощений;
- выход на больший рынок;
- появление устоявшейся системы сбыта товара;
- снижение себестоимости товара;
- возможность увеличения количества постоянных потребителей.

Преобразование бизнеса в часто сопровождается рядом проблем. Даже если принципиальных разногласий между компаниями нет, возможно противодействие со стороны персонала фирм, принявших участие в слиянии, непонимание ситуации некоторыми контрагентами или

умышленный саботаж процедуры линейными руководителями на местах. Помимо этого, к недостаткам сделок относят:

- большие расходы на приобретение компании;
- риски при выборе компании-цели;
- возможные проблемы с поставщиками;
- необходимость перезаключения большинства хозяйственных договоров;
- сложности с приведением делопроизводства к единому стандарту;
- возможная несовместимость культур компаний по религиозному, национальному или по любому другому признаку.

Таким образом, процесс слияния и поглощения – это технически сложный процесс, от умелой организации которого зависит эффективность сделки, успех новой компании на рынке и результативность ее деятельности.

Список используемых источников:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации // Правовая справочно-информационная система «Консультант».

2. Положение об акционерных обществах, утвержденное Постановлением Совмина РСФСР от 25 декабря 1990 г. № 601 // Правовая справочно-информационная система «Консультант».

3. Бегаева, А. А. Корпоративные слияния и поглощения. Проблемы и перспективы правового регулирования [Текст] / А.А. Бегаева. — М.: ИД «Инфотропик» Медиа, 2017. — 256 с.

4. Хардинг, Д. Искусство слияний и поглощений. Четыре ключевых решения, от которых зависит успех сделки [Текст] / Д. Хардинг, С. Роувит. — М.: ИД «Гревцов Паблшер», 2015. — 256 с.

5. Рудык, Н. Б. Конгломеративные слияния и поглощения. Книга о пользе и вреде непрофильных активов [Текст] / Н.Б. Рудык. — М.: ИД «Дело», 2017. — 224 с

УДК 656.078.13

Билялова Л.Р., Шлиппе И.И.

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет
(г. Москва)

ВЫЯВЛЕНИЕ РАЦИОНАЛЬНЫХ СФЕР ПРИМЕНЕНИЯ ЭВАКУАТОРОВ В ГОРОДЕ МОСКВА

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы эффективного применения эвакуаторов в Москве и пути их решения, учитывая транспортную ситуацию в городе. Авторами достаточно подробно рассмотрены случаи эвакуации автомобилей, их правомерность и эффективность, проанализированы виды и технические характеристики эвакуаторов, зарубежный опыт и даны рекомендации по целесообразности их использования.

Ключевые слова: эвакуация автомобилей; дорожная ситуация; виды эвакуаторов; парковка автомобилей; специализированные стоянки.

Bilyalova L.R., Shlippe I.I.

Moscow automobile and road state technical university
(Moscow)

IDENTIFICATION OF RATIONAL SCOPES OF WRECKERS IN THE CITY OF MOSCOW

Abstract. In article problems of effective use of wreckers in Moscow and a way of their decision are considered, considering a transport situation in the city. Authors enough in detail considered cases

of evacuation of cars, their legitimacy and efficiency, types and technical characteristics of wreckers, foreign experience are analysed and recommendations about expediency of their use are made.

Keywords: *evacuation of cars; road situation; types of wreckers; parking of cars; specialized parking.*

За последние годы транспортная ситуация в городе Москве накопила множество проблем, требующих особого внимания. Плотное транспортное движение на дорогах является одним из факторов оказывающим значительное влияние на количество дорожно-транспортных происшествий [1, с. 52].

Отсутствие парковочных мест провоцирует водителей оставлять автомобили в неположенных местах. Во всех случаях: при ДТП, когда автомобиль не может самостоятельно осуществлять движение; при неправильной парковке автомобиля в неположенном месте; в случаях неспособности водителя продолжать управление транспортным средством – применяются эвакуаторы [3, с. 280]. Очевидно, что объём услуг, где используются эвакуаторы, весьма велик. Услуги по вывозу транспортных средств по всем перечисленным поводам являются платными. Естественно, что это оказалось весьма привлекательным для многих предпринимателей. И постепенно благое дело превратилось в достаточно лёгкий доход, а где лёгкий доход, там начинаются нарушения. Фактически началась охота за правомерными и неправомерными вывозами автомобилей на спецстоянки.

Таким образом, проводимое исследование направлено на выявление эффективных методов использования эвакуаторов, как одного из способов борьбы с нарушителями как с одной, так и с другой стороны.

Начиная с 25 сентября 2018 года, город полностью отказался от услуг частных эвакуаторов. Теперь на дорогах работают только собственные эвакуаторы ГКУ «АМПП».

«Благодаря приобретению техники в собственность и отказу от частных эвакуаторов мы сможем создать дополнительные рабочие места и сделать нашу работу более эффективной», – отметил генеральный директор ГКУ «АМПП» Александр Гривняк [8].

«У нас действуют строгие регламенты и инструкции, которым обязаны следовать все сотрудники. Главное для нас – это высокая дисциплина и соблюдение техники безопасности. Водители должны быть уверены, что при эвакуации их машина будет в полной сохранности», – добавил он.

Таким образом, власти города Москвы приняли решение отказаться от услуг частных компаний по эвакуации автомобилей, так как в адрес подрядчиков поступало большое количество нареканий от владельцев эвакуированных транспортных средств.

В процессе исследования были изучены причины, по которым административные службы имеют право эвакуировать автомобиль на штрафстоянку? На рисунке 1 подробно представлены причины, по которым возможна эвакуация транспортного средства.

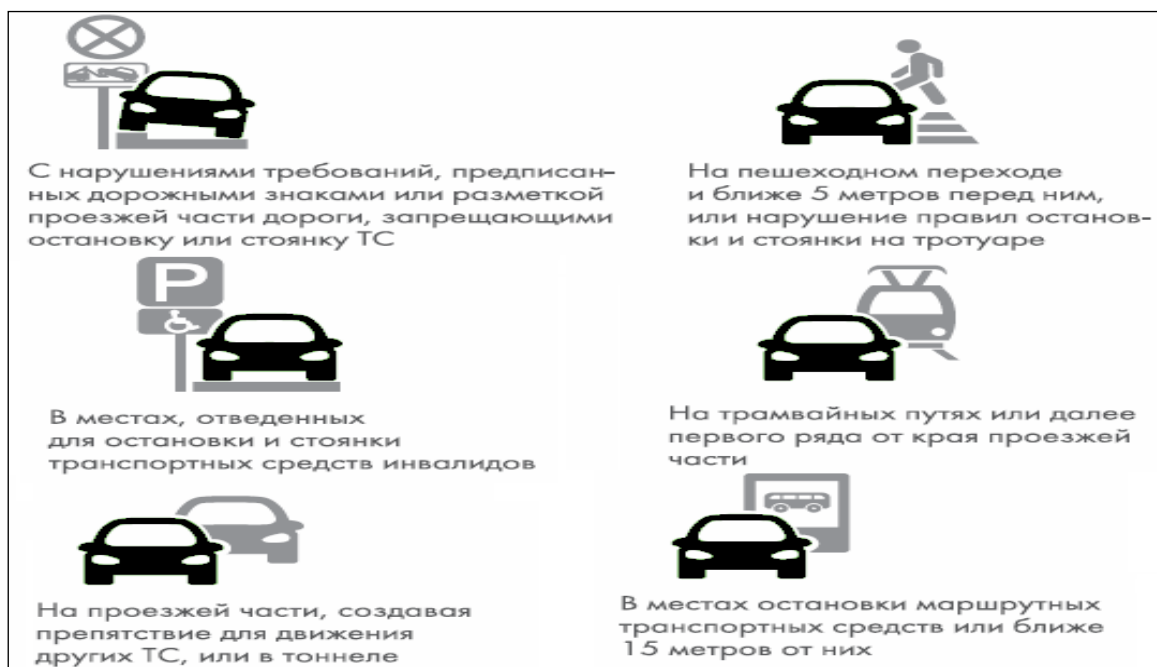


Рисунок 1. Причины эвакуации транспортного средства на штрафстоянку [9]

Следовательно, если выявлены вышеуказанные причины, должностным лицом Государственной инспекции безопасности дорожного движения (далее - ГИБДД) или Московской администрации дорожной инспекции принимается решение о задержании транспортного средства, и силами Государственного казенного учреждения города Москвы «Администратор Московского парковочного пространства» оно перемещается на спецстоянку в соответствии со ст. 27.13 КоАП РФ.

Спецтехника, с помощью которой производится эвакуация, классифицируется по методу погрузки, типу платформы и назначению. Чтобы определить, какой тип эвакуатора необходим в определенной ситуации для конкретного автомобиля, в работе были рассмотрены используемые виды эвакуаторов. Ниже приведены виды существующих эвакуаторов.

Эвакуатор с ломаной платформой – автомобиль, который необходимо перевести, самостоятельно заезжает на платформу по двум аппаратам. Если автомобиль не может самостоятельно заехать на платформу, то в таком случае используется электрическая или гидравлическая лебедка.

Эвакуатор, имеющий сдвижную платформу - для погрузки автомобиля платформа опускается на землю, и автомобиль затягивается с помощью гидравлической или электрической лебедки на нее, после чего платформа поднимается вместе с автомобилем.

Эвакуатор-манипулятор – осуществляет погрузку и перевозку автомобилей весом не более трех тонн. При этом стрела манипулятора позволяет определить расстояние, на котором необходимо выполнять погрузку автомобиля. Это крайне важно при применении погрузки автомобиля, находящегося в ограниченном пространстве.

Для автоперевозки транспортных средств, обладающих большой массой, применяют эвакуаторы с частичной погрузкой (большегрузные эвакуаторы для негабаритного транспорта). Эвакуаторы данного вида оборудованы мощными лебедками имеющими усилие от 10 до 30 тонн. Кроме того, они имеют телескопические подхваты. Также на платформе имеются специальные фиксаторы для крепления передних или задних колес.

Далее, в таблице 1, отражено в каких случаях, какие виды эвакуаторов наиболее эффективно применять.

Таблица 1. Виды эвакуаторов и их рациональное применение [6]

Виды эвакуаторов	Случаи применения
Эвакуатор с ломаной платформой	Используются, когда автомобиль может заехать на платформу самостоятельно, так и когда автомобиль серьезно пострадал в ДТП (для транспортировки практически любой техники).
Эвакуаторы, имеющие сдвижную платформу	Используются для автомобилей с низкой посадкой и автоматической коробкой передач для перевозки внедорожников и микроавтобусов, так же когда необходимо как можно быстрее обслужить несколько машин, к примеру, после крупномасштабного дорожно-транспортного происшествия.
Эвакуаторы-манипуляторы	Манипуляторы могут осуществлять подъем автомобилей из кюветов и при загруженном транспортными средствами пространстве.
Эвакуаторы с частичной погрузкой	Используются при перемещении автобусов, грузовиков, дорожной и строительной техники.

Таким образом, при нарушении правил остановки и стоянки автомобиль с помощью эвакуатора транспортируется на штрафстоянку, а владелец транспортного средства оплачивает штраф.

Исходя из вышесказанного, возникает вопрос, во всех ли случаях целесообразно использование эвакуаторов в черте города или возможно применение альтернативных средств борьбы с нарушением правил остановки автомобиля? Анализ зарубежного опыта показал, что, как правило, эвакуаторы используются только в экстренных случаях.

Как показывает практика применение эвакуаторов целесообразно в случае попавших в ДТП автомобилей, а также в случае неспособности автомобиля продолжать движение. За первую половину февраля 2019 года эвакуаторы ГКУ «АМПП» переместили в безопасные места 46 поврежденных или застрявших в снегу автомобилей, 8 из них – грузовые, для их перемещения использовались специальные большегрузные эвакуаторы для негабаритного транспорта.

Статистика количества эвакуированных и возвращенных на месте нарушения транспортных средств за январь 2016-2018 гг. приведена в таблице 2.

Анализируя данные таблицы 2, можно сделать вывод о снижении на 19% количества транспортных средств, перемещенных на штрафстоянку, соответственно в два раза уменьшается и количество автомобилей возвращенных непосредственно на месте нарушения.

Однако за январь 2018 году статистические данные показывают увеличение количества автомобилей, нарушивших правила дорожного движения и эвакуированных на стоянку (показатель увеличился на 1%), что связано с проводившимся в Москве Чемпионатом мира по футболу. В это период достаточно большое количество туристов, как из регионов РФ, так и из разных стран посетило Москву, при этом многие из них использовали автомобили при перемещении по городу. Не все сразу смогли разобраться с правилами парковки, что и привело к эвакуации их автомобилей.

Таблица 2. Количество эвакуированных и возвращенных на месте нарушения транспортных средств за январь 2016-2018 года [8]

Год	2016	2017	2018
Перемещены на стоянку	11157	9031	9125
Возвращены на месте нарушения	1565	934	1027

В процессе исследования были выявлены случаи, когда без эвакуатора не обойтись:

1. «Когда автомобиль в случае ДТП или при поломке мешает проезду, необходимо реагировать быстро, чтобы успеть переместить его до того, как там образовалась пробка. Чтобы

иметь возможность как можно быстрее прибыть на место происшествия, в городе осуществляется круглосуточное дежурство нескольких эвакуаторов. Эвакуаторы также базируются на специальных стоянках на МКАД, что позволяет существенно сократить время на дорогу и быстрее добраться до места, где требуется помощь специализированной техники», - отметили в ГКУ «АМПП».[7]

2. Так же эвакуаторы актуальны в случаях «брошенных» автомобилей. По данным сайта Московского парковочного пространства на конец сентября 2018 года переместили на специализированные стоянки около пяти тысяч бесхозных автомобилей с момента создания службы эвакуации в 2013 году.

Стоит отметить, что стоимость за перемещение и хранение взыскивается с собственников транспортных средств в судебном порядке. Далее, если владелец авто так и не пришел за ним в течение 3-х месяцев, исковые заявления направляются в суды, чтобы автомобиль признали бесхозными. Затем машины могут быть утилизированы [2, с. 25; 4, с. 190].

«Эти машины были брошены с нарушением правил дорожного движения: они мешали проехать другим автомобилям и городскому транспорту, портили облик города, а также затрудняли движение пешеходов. Кроме того, эти авто могут использоваться для совершения противоправных действий», — рассказали в пресс-службе АМПП [5].

В ходе исследования выявлено, что эвакуаторы эффективны для транспортировки автомобилей различных типов, однако, как средство борьбы в случае нарушения правил парковки, их применение не всегда целесообразно.

В качестве альтернативы может стать ввод в эксплуатацию блокираторов. Если автомобиль на стоянке не мешает движению транспортных средств и пешеходов, предлагается устанавливать на одно из колес блокиратор.

По мнению авторов статьи, такой блокиратор должен быть установлен так, чтобы у водителя не было возможности заменить колесо. В таком случае, водитель вынужден будет оплатить штраф за нарушение правил стоянки автомобиля, а также заплатить за услугу снятия блокиратора. Однако если автомобиль мешает движению, то его следует подвергнуть эвакуации.

В процессе исследования были проведены опросы специалистов и владельцев транспортных средств о целесообразности в ряде случаев произвести замену эвакуаторов на блокираторы. И специалисты, и владельцы транспортных средств согласились с целесообразностью предлагаемого варианта.

Список использованных источников:

1. Анастасов, М.С. Факторы повышения эффективности управления инвестированием совместных инновационных проектов [Текст] / М.С. Анастасов// Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2012. – № 6. – С. 51-54.

2. Долина, О.Н., Жидкова, М.А., Шпилькина, Т.А., Ахметжанова, Э.У. Реализация политики импортозамещения в автомобильной промышленности [Текст] / О.Н. Долина, М.А. Жидкова, Т.А. Шпилькина, Э.У. Ахметжанова //Вестник Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ). – 2017. – № 2 (49). – С.22-28.

3. Шлиппе, И.И. Определение эффективных областей применения выделенных полос [Текст] / И.И. Шлиппе // Двадцать четвертые апрельские экономические чтения. Материалы международной научно-практической конференции. Под ред. д.э.н., доц. В.А. Ковалева и д.э.н., проф. А.И. Ковалева.– Омск. 2018. – С. 278-283.

4. Шпилькина, Т.А., Жидкова, М.А., Политковская, И.В., Казицкая, Н.В., Рыбьякова, О.И. Роль цифровых технологий в стратегии развития страны – 2024 [Текст] / Т.А. Шпилькина, М.А. Жидкова, И.В. Политковская, Н.В. Казицкая, О.И. Рыбьякова // СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ, НАУКЕ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ: XI Международная конференция, IX Междунар. конкурс научных и научно-методич. работ: Сборник трудов / Ответ. редакторы и составители Т.В. Пирязева, В.В. Серов – М.: Изд-во «Спутник +», 2018. – С. 188–191

5. Больше не помешают проезду: сколько брошенных автомобилей эвакуировали на спецстоянку [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://parking.mos.ru/news/1224/?sphrase_id=69984, свободный.

6. Виды эвакуаторов и возможности их применения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dispatcher-gruzoperevozok.biz/vidy-evakuatorov-i-vozmozhnosti-ix-primeneniya/>, свободный

7. Памятка для водителей по вопросу перемещения автомобилей на специализированную стоянку [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://parking.mos.ru/upload/New%20Folder/pamyatka_12.18.pdf, свободный.

8. Почти 800 неисправных автомобилей перемещено эвакуаторами АМПП с начала года [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://parking.mos.ru/news/1365/?sphrase_id=69984, свободный.

9. Эвакуация автомобилей [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://parking.mos.ru/news/337/?sphrase_id=69984, свободный.

УДК 331.1

Богословская С.Е.

Омский государственный педагогический университет (г.Омск)

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

***Аннотация.** В статье рассматриваются сущность инноваций и инновационных стратегий в деятельности предприятия. Целью работы является сущности и роли инноваций и инновационных стратегий в деятельности предприятия. В результате проведенного исследования автором сделан вывод о том, что на сегодняшний день инновации и инновационная деятельность приобретают огромное значение для успешного существования любого предприятия на соответствующем рынке, стремительно ускоряется научно-технический прогресс, возрастают требования потребителей к товарам и услугам, появляются новые конкуренты на рынке и т.д. Все эти факторы вынуждают предприятие быстро реагировать и приспосабливаться к условиям изменяющейся внешней среды, следовательно, разрабатывать инновации, внедряя инновационные стратегии.*

***Ключевые слова:** стратегия, инновации, инновационная стратегия, конкуренция.*

Bogoslovckaya S.E.

Omsk state pedagogical University (Omsk)

INNOVATION AND INNOVATIVE STRATEGIES IN THE ACTIVITIES-ENTERPRISE

***Annotation.** The article deals with the essence of innovation and innovative strategies in the activities of the enterprise. The purpose of the work is the essence and role of innovation and innovation strategies in the enterprise. As a result of the research, the author concludes that today innovation and innovative activity are of great importance for the successful existence of any enterprise in the relevant market, rapidly accelerating scientific and technological progress, increasing consumer requirements for goods and services, there are new competitors in the market, etc. All these factors force the company to respond quickly and adapt to the changing environment, therefore, to develop innovations, introducing innovative strategies.*

***Keywords:** strategy, innovation, innovation strategy, competition.*

На сегодняшний день инновации и инновационная деятельность приобретают огромное значение для успешного существования любого предприятия на соответствующем рынке. Стремительно ускоряется научно-технический прогресс, возрастают требования потребителей к товарам и услугам, появляются новые конкуренты на рынке и т.д. Все эти факторы, по мнению А. А. Шустова, вынуждают предприятие быстро реагировать и приспосабливаться к условиям изменяющейся внешней среды, следовательно, разрабатывать инновации, внедряя инновационные стратегии. При этом возникает проблема, в том, как предприятию оценить реальный уровень инновационного потенциала на текущий момент, а также динамику его дальнейшего развития.

Необходимо доказать, что инновационная деятельность предприятия является эффективной с экономической точки зрения, что позволяет ей выступать в качестве важного элемента для создания новых конкурентных преимуществ. При этом, чем эффективнее будет проводиться экономическая оценка инновационной стратегии, тем выше будет вероятность успешной деятельности самого предприятия [1, с. 134].

Сегодня инновации – это предопределяющий фактор на пути обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта и залог его устойчивого развития. Соответственно предприятия должны перейти на инновационную модель развития.

В целом, необходимость развития инновационной деятельности предприятий обусловлена рыночной конкуренцией, где важно не только сохранить свое место, но и по возможности максимально укрепить его, а это требует внедрения инновационных подходов в производственно-хозяйственную деятельность предприятия.

Родоначальник теории инноваций Й. Шумпетер еще в 30-е годы XX века охарактеризовал инновацию как любое потенциальное изменение, которое происходит в результате использования хозяйствующим субъектом новых или же усовершенствованных решений различного характера (технического, технологического и организационного) в таких процессах протекающих на предприятии, как производство, снабжение, сбыт продукции (работ, услуг), послепродажное обслуживание и пр.

По мнению Т.Г. Филосовой, основой инноваций является применение в производстве товаров и услуг науки, а также ее повсеместное введение в разные сферы деятельности в виде новых производственных управленческих, организационно-экономических и социальных технологий.

Следует отметить, что согласно Федерального закона от 23 августа 1996 г. № 127 ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» (в ред. Федерального закона от 21 июля 2011 г.) инновацией считается – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях.

В результате проведенного теоретического анализа работ, посвященных инновациям и инновационной деятельности предприятия, мы увидели, что в литературе можно встретить несколько подходов к определению сущности понятия «инновация». Наиболее же распространенными на наш взгляд являются две точки зрения. Согласно первой, нововведение рассматривают в качестве результата творческого процесса, благодаря чему предприятие выпускает новую продукцию (технику), происходит создание технологий, разработка методов и пр. В другом случае, инновация определяется как процесс введения новых изделий, а также различных элементов, подходов и принципов вместо действующих в текущем периоде [2, с.25].

В любом случае, инновация предполагает осуществление творческого подхода к созданию новых потребительных стоимостей, для эффективного применения которых использующим их лицам или предприятию следует отойти от привычных стереотипов в организации своей деятельности.

По мнению Д.П. Барсукова и Д.С. Скорчеллетти, инновации и новые идеи в большинстве случаев часто оказываются по сравнению с традиционными ресурсами бизнеса более ценными. Таким образом, в рамках настоящей работы будем определять инновацию (новшество, нововведение) как внедрение новых идей в личные сферы деятельности конкретного предприятия, обуславливающее его существенное развитие.

Благодаря различным инновациям, у предприятия появляется возможность создания конкурентоспособных товаров и услуг, что ведется за счет от повышения инновационной активности в целом к повышению уровня конкурентоспособности.

Имея в своем распоряжении арсенал всевозможных нововведений, руководство предприятия, по мнению О.Е. Ивановой, должно четко понимать целесообразность и возможность их применения, что предполагает проведение экономической оценки инноваций с учетом степени их новизны, масштаба и места в производственно-хозяйственной структуре хозяйствующего субъекта [3, с. 44].

Далеко не всегда сами инновации помогают предприятиям занять лидирующее положение в отрасли и повысить эффективность своего функционирования.

Следует отметить, что основное отличие инновационных предприятий в их достаточно быстром росте. Также они являются важным источником различных экономических, технологических и социальных изменений. Но есть и отрицательные свойства в их деятельности, препятствующие успешному использованию ресурсов. Миронов Р.А., И.П. Павлов и Н.Т. Савруков считают, что избегать возникающих при реализации инновационных проектов сопутствующих проблем можно за счет выбора предприятием определенной инновационной стратегии, служащей для выбора дальнейшего вектора деятельности. В соответствии с такой стратегией и формируется программа действий.

Обобщение существующих подходов к трактовке понятия «инновационная стратегия предприятия» позволило сформировать собственное определение, которое будем использовать в рамках настоящей работы. Таким образом, инновационная стратегия предприятия – это долгосрочный план его действий, направленный на достижение хозяйствующим субъектом качественно новых целей, связанных с радикальным изменением существующего состояния самого объекта и его элементов, возникающих отношений, норм и пр.

Рассматривая инновационную стратегию в качестве инструмента достижения поставленных целей, О.Н. Владимирова указывает на то, что для конкретного предприятия ее реализация ориентирована: на обеспечение предприятию конкурентной позиции в своем сегменте; может быть связана с созданием собственной позиции уже в новой рыночной нише; дает возможность значительного увеличения объемов производства продукции (выполнения работ, оказания услуг); способствует повышению качества продукции либо предполагает разработку и внедрение принципиально нового продукта и пр.

Инновационная стратегия отличается от других стратегий деятельности предприятия тем, что именно она включает в себя совокупность различных новых технологий, инструментов, а также методов и методик.

Следует отметить, что возможность осуществления предприятием той или иной инновационной стратегии требует от него достаточного объема всех видов ресурсов: финансовых, трудовых, материальных и пр. Кроме того, руководство должно понимать, что реализация инновационной стратегии, как правило, сопряжена с возникновением новых рисков. Все это требует экономического обоснования инновационной деятельности предприятия.

На практике предприятия, осуществляющие инновационную деятельность, применяют различные инновационные стратегии.

Таким образом, главным фактором, позволяющим предприятию добиться успеха в конкурентной борьбе – это внедрение инноваций и реализация инновационной стратегии. Такая деятельность должна быть адекватна новым перспективам и вести к повышению успешности инновационного развития хозяйствующего субъекта, в случае чего способствует достижению более высоких экономических показателей.

Список используемых источников:

1. Дармилова, Ж.Д. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Дармилова Ж.Д.–Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2014. – 168 с.

2. Иванова, О.Е. Использование диагностики инновационного рейтинга в управлении затратами промышленных предприятий [Текст] / О.Е. Иванова // Вопросы региональной экономики. – 2013. – Т. 17. – № 4. – С.134–139.

3. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие (краткий курс лекций). – Электрон. текстовые данные. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014. – 76 с.

УДК: 331.101

Гринцевич Е.В., Комаров М.С.

Финансовый университет при Правительстве РФ(Омск)

ЛУЧШИЕ СПОСОБЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ

Аннотация. В статье рассматривается проблема грамотного поощрения сотрудников работодателями. Приводятся аргументы как в пользу стандартного (денежного поощрения), так и в пользу оригинального (индивидуального подхода к каждому).

Ключевые слова: Поощрение, мотивация, работодатели, подчинённые, денежные средства, советы компании.

Grintsevich E.V., Komarov M.S.

Financial University (Omsk)

THE BEST WAYS TO MOTIVATE EMPLOYEES

Abstract. The article deals with the problem of competent promotion of employees by employers. Arguments are given both in favor of the standard (monetary incentive) and in favor of the original (individual approach to each).

Keywords: Encouragement, motivation, employers, subordinates, money, councils, companies.

Работодатели сообщают, что в РФ уровень безработицы медленно уменьшается, и их единственной главной задачей является наем и удержание талантов. Именно поэтому предполагают, что это тема является актуальной в современных условиях менеджмента. Вследствие этого формулируется цель, смысл которой заключается в выявление лучших способов мотивирования сотрудников и применение их на практике.

На сегодняшнем напряженном рынке труда работодатели должны сосредоточиться на том, как привлекать и удерживать лучшие кадры. Выдавать пачки денег не всегда может быть лучшим стимулом.

Для многих компаний ответ заключается в том, чтобы бросить деньги на проблему: бонусы, поощрительные выплаты и повышение заработной платы вне цикла работы часто рассматриваются как мотиваторы, которые будут побуждать больше усилий и лояльности работников. Оказывается, использование наличных денег в качестве кнута не всегда является лучшим ответом. Согласно новому исследованию, проведенному российскими менеджерами, работники не чувствуют себя признанными или вознагражденными, несмотря на тот факт, что компании тратят более одной пятой своих бюджетов на заработную плату.

Что сотрудники еще больше жаждут, так это чувствовать, что их менеджеры ценят их и не боятся показывать это не только с точки зрения зарплаты, но и другими способами, такими как гибкие графики работы на дому, подарочные карты для осуществления впечатляющих проектов, или даже просто сказать «спасибо» за хорошо выполненную работу.

На рабочем месте действительно важно помогать сотрудникам чувствовать себя ценными. Исследования показывают, что вознаграждение, которое сигнализирует сотрудникам о том, что

они хорошо поработали, и что их менеджер заботится о них, побудит сотрудников хотеть работать еще усерднее. Во многих организациях нет никаких программ признания для сотрудников, поэтому работодатели должны наверстать упущенное.

Компании с сильными программами признания имеют более высокую производительность, меньшую текучесть кадров и большую отдачу от инвестиций, чем другие компании в тех же отраслях.

Предлагается девять советов для бизнес-лидеров о том, как наилучшим образом вознаградить своих работников таким образом, чтобы они приносили им большую удовлетворенность работой и мотивировали их работать больше [1].

Первый совет: при наборе персонала делайте акцент на достоинствах. Обсуждение преимуществ работы, таких как гибкий график работы и обучение навыкам, может позволить компаниям выделиться вперед в подборе персонала. Чем больше преимуществ описывает работодатель, тем выше уровень подачи заявок. Кроме того, когда работодатели подробно описывают льготы, такие как щедрые правила отпуска по семейным обстоятельствам, они могут привлечь больше заявок, чем фирмы, которые заплатили значительно больше. Было проведено два опроса, в котором участвовали 200 человек в возрасте от 18-25 лет и 350 человек в возрасте от 25-45 лет. Опрашиваемые отвечали на следующий вопрос: «На какие вакансии они бы откликнулись с большей вероятностью?». Для 150 человек, что составляет 70% молодого поколения, вознаграждения в виде денежных средств, описанные в объявлениях о вакансиях, не создали у них впечатление, что компания заботится о своих сотрудниках. Они более внимательно отнеслись к тем вакансиям, которые предоставляли работникам здоровый баланс между работой и личной жизнью, что для них являлось важнее, чем дополнительные деньги. Остальные 50 человек, что составляет 30% опрошенных молодых людей, выразили диаметрально противоположное мнение. Для них размер заработной платы играл определяющую роль.

Более зрелая группа, опрашиваемых людей, ответила следующим образом: 239 (68,3%) человек предпочли вакансии с более высокой заработной платой, аргументируя это дополнительными расходами на жизнь. Остальные 111 (32,7%) человек были заинтересованы в вакансиях, работодатели которых предлагали более гибкий график, социальные пакеты и карьерный рост.

Второй совет: денежные средства могут мотивировать работников – в некоторых видах работы денежные вознаграждения лучше всего подходят в качестве мотиватора для работы, которая измеряется количественно. Многие исследования в сфере услуг и продаж показывают, что денежные вознаграждения ведут к увеличению продаж и улучшению обслуживания клиентов. В производственном секторе денежные премии увеличивают ежедневный уровень производительности. Но деньги менее значимы как мотиватор в сложных творческих работах, которые составляют большую часть работы в нашем современном обществе, основанном на знаниях. Большинству сегодняшних сотрудников пытаются привить внутреннюю мотивацию, чтобы они испытывали желание приложить больше усилий к тому, что они делают для удовольствия от того, что они делают, и благодарности за свою работу, а не чувствовали внешнюю мотивацию только за счет денежных средств.

Третий совет: повышайте содержательность работы. Для многих сотрудников, особенно молодого поколения, работа – это не просто зарплата; люди ищут смысл в своей работе. Предоставление денежных средств работник может воспринимать, как пустой жест или простую финансовую операцию, и оно не будет действовать на него как сильный мотиватор. Лучше избегать простого добавления денежного бонуса к зарплате работника; отдельное начисление бонусов больше выглядит как признание заслуг. И менеджеры должны также применять искреннюю рукописную заметку, объясняющую, почему работник заслужил премию.

Четвертый совет: пересмотрите стимулы к эффективности. Многие компании пытаются мотивировать сотрудников деньгами и призами в качестве стимулов для будущей работы. Десятилетия исследований подтверждают, что финансовые стимулы могут стимулировать усилия и производительность. Но есть и обратная сторона: когда результат работы зависит от заработной платы, работники могут стать одержимыми деньгами, в частности, зарабатывая больше. В качестве стимула часто лучше применять в качестве вознаграждения время, раздавая его сразу

после того, как работник преуспел в конкретной задаче. Таким образом, вы можете использовать время в своих интересах в качестве мотиватора. И будьте предельно ясны в отношении того, что работник сделал и почему он получает вознаграждение за хорошее поведение – потому что вы надеетесь, что работник повторит это поведение.

Пятый совет: вам следует рассмотреть вдумчивые подарки вместо наличных денег. Во многих организациях не существует программ признания для сотрудников, поэтому работодатели должны наверстать упущенное. Люди могут предпочесть безличные подарки, потому что они часто тратят денежные бонусы на предметы первой необходимости, такие как оплата аренды или покупка продуктов, которые являются менее запоминающимися и приятными транзакциями, чем роскошные призы, такие как электроника или поездки. Еще лучше, если подарок кажется персонифицированным. Менеджер может дать сотруднику, который занимается фитнесом, подарочную карту в магазин, где продается одежда для тренировок. Еще одна побочная выгода от призов: обсуждение на рабочем месте. Люди чувствуют себя неловко, говоря о деньгах, поэтому они не будут говорить о бонусе в 10000 рублей, который они получили. Но если вы наградите кого-нибудь приятным обедом или поездкой, они будут говорить об этом со своими коллегами, и это может мотивировать всех. Кроме того, эта поездка или ужин более запоминающимся и эмоционально удовлетворяющим для них, чем просто получать деньги, поэтому он может действовать как более сильный мотиватор.

Шестой совет: подарите время и другие нематериальные льготы. Полагается, что предоставление нематериальных безличных выгод, таких как гибкие варианты работы или возможность выбирать задания, приводит к гораздо более высокому уровню удовлетворенности работой, чем просто наличные награды. Если вы позволяете сотруднику работать дома, вы помогаете сотрудникам чувствовать, что доверяете им, чтобы они выполняли свою работу там, где они хотят, чтобы она выполнялась. Это очень приятно для них и это мотивирует их работать еще больше. Кроме того, исследования показывают, что сотрудники, которые берут выходной, меньше подвержены стрессу и более заняты, более креативны и более продуктивны. Подарите время не только с помощью щедрых политик отпуска, но и другими способами. Например, составьте гибкий график работы, чтобы сотрудники проводили меньше времени в пробках. Разрешить командированным работникам бронировать прямые рейсы, даже если они стоят немного больше, чем непрямые поездки.

Седьмой совет: поощряйте сотрудников поощрять друг друга. Компании могут внести в свою Бизнес-практику систему, в которой сотрудникам предоставляются ежемесячные поощрительные баллы, которые они могут отдавать коллегам за победы, связанные с работой. Сотрудники, которые зарабатывают определенное количество баллов, могут обменять их на различные льготы, такие как подарочная карта ресторана или дополнительный личный день. Это не дорого для компании и делает процесс признания на рабочем месте привычным и простым. Это также создает социальные связи на рабочем месте, что помогает людям чувствовать себя более удовлетворенными на работе.

Восьмой совет: сделайте признание общедоступным. Если сотрудники получают бонус в размере 5000 рублей, проведите мероприятие на рабочем месте, чтобы раздать чеки и пригласить коллег по работе. Возможно, добавьте сертификат благодарности вместе с чеком. Люди с большей вероятностью размещают новости в Вконтакте или в instagram, когда получают публичный сертификат о признании. Если вы сможете создать социальный опыт вокруг вознаграждения, оно станет более насыщенным и что-то, что сотрудник будет помнить.

Девятый совет: иногда бывает достаточно просто поблагодарить сотрудников. Среди самых счастливых сотрудников около 90% говорят, что их менеджеры умеют давать положительные отзывы. На самом деле, простого сердечного «спасибо» от менеджера часто бывает достаточно, чтобы сотрудники чувствовали, что их вклады ценятся, и мотивируют их стараться изо всех сил. Чтобы быть наиболее эффективным, похвала должна быть конкретной, подчеркивая уникальный вклад работника. Эта тактика чрезвычайно эффективна, но на рабочем месте она значительно недоиспользуется. Вам не нужно выражать благодарность только за то, что помогает

компании получать прибыль. Это может быть так же просто, как сказать «спасибо» за электронное письмо, которое позволило проекту работать более гладко.

Почему вознаграждение сотрудников работает? Эти виды вознаграждений работают, потому что они затрагивают три сильные психологические потребности: сотрудники стремятся к автономии, имея свободу выбора, как выполнять свою работу; они хотят выглядеть компетентными, вооруженными навыками, необходимыми для выполнения; и они хотят испытывать чувство принадлежности к общественным связям с коллегами. Когда эти потребности удовлетворяются, сотрудники чувствуют себя мотивированными, заинтересованными и преданными своей работе, и сообщают о меньшем количестве намерений уйти с работы.

Компании не должны считать, что деньги не имеют смысла для сотрудников. Успех дела зависит от понимания того, что работникам выплачивается конкурентоспособная, справедливая заработная плата. Потому что, давайте будем честными: если сотрудник несколько недель работал сверхурочно над важным проектом, простое «спасибо» может показаться пустым. Менеджеры должны попробовать различные награды и определить, какие из них привлекательны для сотрудников, и мотивировать их больше всего.

Похвала сотрудников может стать неприемлемой для лидеров, которые ошибочно полагают, что грубость приводит к более сильным результатам, или которые беспокоятся, что они будут выглядеть мягкими и не будут восприняты всерьез. Поэтому менеджеры должны быть обучены тому, как регулярно демонстрировать признательность. Многие менеджеры чувствуют себя неловко, проявляя благодарность, и уклоняются от нее. Вот почему организациям необходимо приложить усилия, чтобы помочь менеджерам в этом. Это может иметь значение для того, остается ли талантливый работник или уходит.

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что денежные средства не всегда играют решающую роль в системе поощрения сотрудников. Существуют менее затратные и более эффективные системы поощрения, которые были перечислены выше. В большинстве случаев все они имеют общий знаменатель в виде индивидуального подхода к каждому сотруднику.

Список используемых источников:

1. Мотивация персонала: основные виды и методы. Система мотивации персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://businessman.ru/motivatsiya-personala-osnovnyie-vidyi-i-metodyi-sistema-motivatsii-personala.html>, свободный.

УДК 338.2

Демкин В.О.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПЕРСОНАЛ НА ПРО- МЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация. В статье рассматривается деятельность, направленная на оценку эффективности управления персоналом. Предложен подход к оценке качества управления затратами на персонал в контексте анализа направлений менеджмента персонала.

Ключевые слова: затраты на персонал, управление затратами на персонал, оценка качества, этапы менеджмента персонала.

Demkin V.O.

Financial University (Omsk)

ASSESSMENT OF THE QUALITY OF PERSONNEL COSTS MANAGEMENT ON IN- DUSTRIAL ENTERPRISES

Abstract. *The article discusses the activities aimed at assessing the effectiveness of personnel management. An approach to assessing the quality of the management of personnel costs in the context of the analysis of the directions of personnel management is proposed.*

Key words: *personnel costs, personnel costs management, quality assessment, personnel management stage.*

Каждому промышленному предприятию сегодня приходится ориентироваться как на устойчивое и стабильное функционирование, так и на развитие в условиях современной инновационно-инвестиционной экономики. Успех деятельности любого промышленного производителя, так или иначе, связан с тем, насколько предприятие может оценить важность этого баланса, и умеет управлять им. Одной из основных составляющих успешной инновационно-инвестиционной деятельности любого предприятия является формирование эффективной системы управления расходами на персонал. Поэтому с целью её обоснования, а также выявления стратегических направлений оптимизации расходов на персонал, важной задачей перед руководством предприятий предстает определение ключевых критериев и показателей достижения желаемого состояния системы и соответственно оценка качества управления затратами на персонал.

Исследованию проблем управления расходами на персонал посвящены наработки известных отечественных и зарубежных ученых, а именно И.Макарова [4], Н. Гавкалова [1, с. 105], А. Кибанова [2, с. 93], Ю. Одегова [5, с. 219], Т. Костишиной [3, с. 18] Л.Котова [5, с. 37], Я. Фитц-Енца [6, с. 134] и т.д. Однако, несмотря на то, что проблемам эффективности менеджмента персонала уделяется достаточно внимания многими учеными, для системы управления затратами на персонал долгое время не существовало достаточно объективных критериев и показателей эффективности и качества. Имеющиеся на сегодня нормативные рекомендации и методики в отношении оценки эффективности системы управления затратами на персонал не позволяют одновременно учесть множество факторов. Поэтому вопрос поиска решения проблемы обоснования подхода и разработки конкретной прикладной методики оценки качества системы управления расходами на персонал является актуальным. Учитывая это, целью статьи является разработка подхода к оценке качества управления затратами на персонал на промышленных предприятиях.

Обстоятельный анализ современных научных подходов к оценке эффективности менеджмента персонала, позволил классифицировать их и выявить факторы, влияющие на результативное функционирование системы управления затратами на персонал. В результате комплексного исследования известных в научно-практической литературе методов, применяемых на предприятиях для оценки эффективности функционирования управления затратами на персонал, выявлено отсутствие использования единого алгоритма или метода.

Анализ возможности применения методов для оценки качества управления затратами на персонал предприятия:

1. Интервьюирование

Суть метода: устная беседа, опрос персонала с целью получения информации о мотивах их поведения;

Критерий, применяемый для оценки качества управления затратами на персонал: анализ субъективного мнения персонала через обсуждение трудовой деятельности и микроклимата в коллективе;

Результат оценки: дополнительная точечная информация;

Сильные стороны: информация из первых уст, неформальное обсуждение мотивационной составляющей эффективности затрат на персонал, высокая точность наблюдения;

Слабые стороны: субъективность оценок респондентов, большие временные затраты на проведение интервьюирования, высокая трудоемкость метода (особенно если исследуется группа предприятий), возможная неточность информации.

2. Активное наблюдение

Суть метода: метод сбора первичной информации путем прямой (без посредников) регистрации событий, условий и других данных на местах;

Критерий, применяемый для оценки качества управления затратами на персонал: оптимальная достоверность фактических данных по функционированию системы управления персоналом;

Результат оценки: статистическая информация для дальнейшей обработки и анализа;

Сильные стороны: информация представлена в виде фактов, доказанных событий, а не догадок, высокая точность данных;

Слабые стороны: точечная картина, низкая результативность.

3. Анкетирование и тестирование

Суть метода: составляются анкеты и тесты по ряду важных вопросов и важных проблем;

Критерий, применяемый для оценки качества управления затратами на персонал: оптимальная и структурированная информация в сжатые сроки о деятельности в области управления затратами на персонал;

Результат оценки: оценки с разных сторон относительно возможных проблем в системе управления затратами на персоналом;

Сильные стороны: достоверность полученных данных, оперативность проведения, наименьшие финансовые затраты на проведение, низкая трудоемкость анкетирования;

Слабые стороны: сложность подготовки опросника для тестов и анкет, трудоемкость обработки данных.

4. Анализ документов

Суть метода: основан на сборе письменных материалов об исследуемом объекте;

Критерий, применяемый для оценки качества управления затратами на персонал: детальное исследование процесса функционирования и развития системы управления затратами на всех этапах менеджмента персонала;

Результат оценки: получение документально подтвержденных фактов о том, что исследуется;

Сильные стороны: достоверность и надежность данных;

Слабые стороны: высокая трудоемкость и большие временные затраты на проведение.

5. Функционально-стоимостной анализ

Суть метода: метод системного исследования функции объекта по поиску баланса между себестоимостью и полезностью;

Критерий, применяемый для оценки качества управления затратами на персонал: оптимальная информация по функции управления персоналом и расходам на ее выполнение, также используемые при решении вопросов совершенствования процессов управления персоналом;

Результат оценки: рабочий план для анализа и оценки эффективности систем управления затратами на персонал, систематизированная информация;

Сильные стороны: Комплексность достоверных данных;

Слабые стороны: Низкая скорость и высокая трудоемкость.

6. Нормативный метод

Суть метода: предусматривает применение системы нормативов;

Критерий, применяемый для оценки качества управления затратами на персонал: установка норм, как отправная точка для сравнения фактических данных и плановых(нормативных);

Результат оценки: определение конкретных нормативов и их эффективности в сфере деятельности системы управления затратами на персонал, определение допустимых отклонений от норм;

Сильные стороны: Точность и прозрачность результатов;

Слабые стороны: Трудоемкость, не учитывает влияние внешних и внутренних непредвиденных факторов.

7. Экспертно-квалиметрический метод

Суть метода: Данный метод оценки предусматривает ранжирование экспертами значимости собранных данных и эталонной(идеальной) модели, создание бальной шкалы для каждого показателя;

Критерий, применяемый для оценки качества управления затратами на персонал: основа квалиметрического подхода для оценки функционирования системы управления затратами на персонал;

Результат оценки: ранжированная(рейтинговая) система показателей эффективности, перечень проблем и преимуществ, выявление основных направлений развития и совершенствования системы;

Сильные стороны: короткий срок проведения, оптимальный характер работы по оценке эффективности деятельности системы управления затратами;

Слабые стороны: Отсутствие единых критериев оценок, сложность поиска квалифицированных экспертов.

8. Статистический метод

Суть метода: метод экономико-статистического анализа, который базируется на системном подходе по изучению исследуемых явлений и процессов (группирование и классификация; расчет абсолютных, относительных и средних показателей; метод исследования динамических рядов; индексный метод; корреляционно-регрессивный, дисперсионный, факторный и компонентный анализ);

Критерий, применяемый для оценки качества управления затратами на персонал: наличие количественных показателей, характеризующих систему;

Результат оценки: математическая систематизация данных, статистический анализ по фактическим показателям;

Сильные стороны: достоверность расчета статистических показателей управления затратами на персонал;

Слабые стороны: большая трудоемкость.

Важно отметить, что единого и однозначно правильного метода осуществления оценки качества управления затратами на персонал нет, все вышеуказанные методы имеют ощутимые слабые стороны, особенно с позиции проектного управления. Они все являются или очень ресурсоемкими и разнонаправленными, или неточными и ограниченными, что затрудняет их применение для обеспечения эффективного управления персоналом. Таким образом, сделан акцент на разработке подхода к оценке качества управления затратами на персонал с позиции, во-первых, управления проектами, во-вторых, с позиции классификации расходов на персонал по этапам менеджмента персонала. Это позволит осуществлять процесс оценки качества уже на этапе формирования и совершенствования системы управления затратами на персонал, что обеспечит непрерывность, полноту и достоверность оценки эффективности расходов на персонал для предприятия, позволит стандартизировать и формализовать систему оценки, выявить ее слабые стороны, сформировать единый подход к пониманию эффективности, качества и результата.

Необходимо отметить, что подавляющее большинство предприятий осознают важность управления проектами и преимущества, которые может дать грамотно построенная система управления затратами на персонал с учетом принципов проектного менеджмента. Определяя под проектом уникальный комплекс взаимосвязанных мероприятий для достижения заранее поставленных целей при определенных требованиях бюджета и сроков, акцентируем внимание, что проектная деятельность предполагает как создание гибкой проектно-ориентированной организационной структуры, отвечающей стратегическим приоритетам предприятия, так и учета интересов всех участников и необходимый уровень информационной открытости.

Применение проектного подхода к управлению затратами на персонал позволит обеспечить: повышение эффективности данного процесса, улучшение внутренних коммуникаций и снижения трудозатрат.

Итак, предложен подход к оценке качества управления затратами на персонал, схема которого представлена в таблице 1.

Таблица 1. Схема подхода к оценке качества управления затратами на персонал на промышленном предприятии (авторская разработка)

Методическое обеспечение	Этапы	Результат этапа
Анализ, синтез, логическое обобщения и систематизация	1. Обобщающий анализ возможности применения методов для оценки качества управления затратами на персонал	Определения метода и инструмента оценки
Теоретико-логический анализ, экспертная оценка	2. Определения показателей анализа управления затратами на персонал, обоснование выбора совокупности показателей, что соответствуют определенному этапу менеджмента персонала	Совокупность показателей анализа управления затратами на персонал
Статистический анализ	3. Расчет отдельных показателей и выявление их соответствия нормативным значениям	Определения параметров модели
Метод сведения к обобщенному критерию	4. Определение уровня эффективности каждого этапа менеджмента персонала	Высокий, средний, низкий уровень

С целью обеспечения комплексного характера оценки качества управления затратами на персонал, предложено использовать методы: теоретико-логический анализ и экспертная оценка, систематизации совокупности показателей анализа системы управления затратами на персонал, статистический анализ для расчета отдельных показателей и сравнение с нормативными значениями; метод сведения к обобщенному критерию для определения уровня эффективности каждой стадии менеджмента персонала.

Важный этап предложенного подхода заключается в определении соответствия показателей оценки управления затратами на персонал на уровне менеджмента персонала нормативным значениям с помощью статистического анализа. Результатом данного процесса является определение уровня функционирования системы управления затратами на персонал в контексте обеспечения эффективного менеджмента персонала на предприятии и формирования соответствующего заключения. Показатели оценки функционирования управления затратами на персонал должны определяться с учетом доступности и измеримости статистической информации на исследуемых промышленных предприятиях. Возможная совокупность показателей для анализа управления затратами на персонал в разрезе этапов менеджмента персонала представлены в таблице 2.

Таблица 2. Совокупность показателей для анализа управления затратами на персонал по этапам менеджмента персонала.

Этапы менеджмента персонала	Показатели для анализа
Формирование персонала	Уровень обеспеченности предприятия кадрами
	Коэффициент укомплектованности кадрами
	Темп роста расходов на планирование и маркетинг персонала
Использование персонала	Темп роста рентабельности затрат на персонал
	Рентабельность затрат на персонал
	Соотношение темпов роста производительности труда и заработной платы
	Уровень организации рабочих мест
	Доля работников, занятых в условиях, не соответствующих санитарно-гигиеническим нормам
	Темп роста затрат на социальное обеспечение работников
Развитие персонала	Темп роста коэффициента развития персонала
	Темп роста доли расходов на обучение и повышение квалификации
	Темп роста коэффициента образовательного уровня работников

Высвобождение персонала	Темп роста текучести персонала
	Темп роста доли внештатных работников и совместителей
	Темп роста доли работников, работающих на условиях неполного рабочего времени

После проведения расчетов целевых показателей и выявления отклонений от нормативов для определения уровня эффективности каждого этапа менеджмента персонала предложено использовать метод сведения к обобщенному критерию. Последний этап подхода заключается в оценке качества управления затратами на персонал.

Таким образом, реализация подхода к оценке качества управления затратами на персонал имеет определенную последовательность и основывается на совокупности показателей, характеризующих этапы управления персоналом с применением обобщенного критерия для оценки эффективности затрат. Применение предложенного подхода позволит получить возможность формировать достоверную оценку качества управления затратами на персонал и обеспечит базу для принятия эффективных управленческих решений.

Список используемых источников:

1. Гавкалова, Н.Л. Управление затратами на персонал - основа эффективности менеджмента персонала: монография [Текст] / Н.Л. Гавкалова, А.С. Криворучко. – Харьков: Вид. ХНЕУ, 2012. – 230 с.
2. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации [Текст] / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 348 с.
3. Костишина, Т.А. Управление персоналом в XXI веке: кадровая политика, мотивация, оплата труда: монография [Текст] / Т.А. Костишина, О.О. Нестуля. – Полтава: Полтавский литератор, 2010. – 498 с.
4. Макарова, И.К. Управление персоналом: учебник [Текст] / И.К. Макарова. – М.: Юриспруденция, 2015. – 293 с.
5. Одегов, Ю.Г. Оценка эффективности работы с персоналом: методологический подход: учебно-практическое пособие [Текст] / Ю.Г. Одегов, К.Х. Абдурахманова, Л.Р. Котова. – М.: Альфа-Пресс, 2011. – 752 с.
6. Фитц-енц, Я. Рентабельность инвестиций в персонал [Текст] / Я. Фитц-енц. – М.: Вершина, 2006. – 320 с.

УДК 330.88

Дьячкова Т.С., Политковская И.В.

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), Москва

«ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА»

Аннотация. В этой статье авторы изучили модель «рационального человека», которая применима в экономике в 80% случаях. Данная модель хорошо описывает поведение людей, фиксирует то, что именно они приобретают. Интересен тот факт, что решения покупателей во многом могут зависеть не только от физиологических потребностей, но и настроения, дня недели и др. В связи с этим можно моделировать поведение людей в различных ситуациях, опираясь на факторы, влияющие на их решения.

Ключевые слова: модель «рационального человека», поведенческая экономика, фактор, человек.

Dyachkova T.S., Politkovskaya I.V.

Moscow Automobile and Road State Technical University (MADI) (Moscow)

«BEHAVIORAL ECONOMICS»

Abstract. *In this article, the authors studied the model of «rational man», which is applicable in the economy in 80% of cases. This model describes well the behavior of people, captures what they acquire. Interesting is the fact that the decisions of the buyers in many respects can depend not only on the physiological needs, but also mood, day of week, etc. In this regard, it is possible to simulate the behavior of people in different situations, based on the factors influencing their decisions.*

Keywords: *model of «rational person», behavioral economy, factor, person.*

Развитие поведенческой экономики как отдельной науки началось в середине 1970-х годов. До этого ученые считали, что экономические решения, принимаемые людьми, вполне рациональны и разумны, опираются на разумные правила и цели, что общество и каждый человек в обществе, знают, что с ними будет в ближайшее время [4]. «Экономический человек» опирается на свои знания, опыт и предпочтения, старается извлечь из этого максимальную пользу и действует рационально. Это точка зрения теории «рационального человека». Упрощенный подход, используемый в этой теории, способствует моделированию поведения людей в различных ситуациях.

К сожалению, принятие решений в любой жизненной ситуации зависит от множества факторов, зачастую приводящих к ошибочным решениям. Бывают такие ситуации, когда эмоции преобладают над «экономическим человеком», его поведение становится иррациональным. Сторонники же рационального выбора считают, что предсказать те факторы, которые приведут к ошибкам в конкретной ситуации, сложно или практически невозможно. Однако исследования показывают, что частота поведения людей и принятия ими решений без учёта этих факторов, в среднем составляет 20%.

Систематическому, то есть наблюдаемому раз за разом у множества людей, отклонению от рационального поведения, посвящена самостоятельная область экономической науки «поведенческая экономика». Она выявляет и изучает факторы, влияющие на принятие людьми решений, изучает различные типы аномалий и парадоксов в поведении экономического человека, оценивает влияние эмоций на экономические предпочтения людей. «Поведенческую экономику стали внедрять в быт Соединённые Штаты Америки, Великобритания и еще более 50 стран. В США была создана специальная команда поведенческих экономистов, которым разрешили аккуратно экспериментировать с государственными программами. Похожая группа работает и в Великобритании» [2].

Первыми, кто стали заниматься опровержением теории «рационального человека», были исследователи Даниэль Канеман и Амос Тверски. Они опубликовали общую работу под названием «Теория перспективы: анализ принятия решений - создание в условиях риска» [3]. Идея этой теории состоит в том, что экономическая рациональность систематически нарушается, а ошибки в принятии решений не только обычны, но и предсказуемы. В своей работе авторы значительную часть исследования уделяют внимание трём теориям, являющимся, по их мнению, «эвристическими предрассудками»:

- репрезентативности;
- доступности;
- якорению.

Согласно теории «репрезентативности выборки», (зависимости репрезентативности от смещения ситуации) люди определяют вероятность наступления чего-либо в зависимости от того, в какой степени это событие или объект представляет собой определенный класс событий или объектов. В этом смысле глагол «представляет» означает: «напоминает»; «нравится» или «смотрится».

Рассмотрим пример определения уровня репрезентативности выборки при проведении опроса, посвященного отношению обучающихся к курению. Предположим, что были опрошены 60 обучающихся в институте, который состоит только из 600 обучающихся, входящих по 30 человек в каждую из 20 групп. Поскольку репрезентативность позволяет обобщить получен-

ные результаты на всю генеральную совокупность, следует при формировании выборки обратить внимание на следующее. Случайная выборка из 60 обучающихся является менее репрезентативной, чем выборка из тех же 60 обучающихся, в которую войдут по 3 человека из каждой группы. Основной причиной этого является неравномерное распределение опрашиваемых по возрастным группам и по направлениям подготовки, что описывается теорией зависимости репрезентативности от смещения ситуации. В связи с этим репрезентативность первой выборки намного ниже, чем второй при прочих равных условиях.

Согласно теории доступности, люди оценивают вероятность события в зависимости от того, насколько легко этот случай приходит на ум. Например, человек, направляясь полететь в отпуск, часто определяет вероятность того, что он погибнет в авиакатастрофе, мысленно представляя исторические примеры авиакатастроф. Когда возможность проведения такой оценки зависит от факторов, отличных от частоты события, правило доступности последовательно влияет на определение вероятности [4].

Якорение - это склонность людей принимать решения, основанные на исходной гипотезе, которая может быть изначально неправильной, и, не корректируя ее, делают окончательный вывод. Таким образом, решение искажается, что связано с произвольной точкой отсчета.

Теория поведенческой экономики опирается на то, что поведение человека зависит от самых разнообразных внешних и внутренних факторов. «К внешним факторам относятся: физическое окружение; «контекст» ситуации (кто рядом, время года, время дня и т.д.); поведение окружающих людей, их рациональные или психологические воздействия; собственно сама ситуация и ее трактовка. К внутренним факторам можно отнести: генетику; состояние здоровья; настроение и эмоции; привычки; способ мышления. В широком смысле на поведение людей влияет культура, средства массовой информации, мораль и традиции общества» [5]. В этой связи, можно согласиться с мнением Глинкиной О.В., которая по этому поводу отмечает, что при формировании имиджа персонала следует опираться на такие постулаты, как «...Стереотипы, сложившиеся в обществе, и ценности целевых аудиторий...» [1, с. 22].

Современные ученые-экономисты, изучающие рассмотренные выше вопросы, обращаются к другим наукам и используют их методологию и инструменты, чтобы обогащать и выявлять основные перспективы и тенденции развития поведенческой экономики. Одним из самых известных поведенческих экономистов, кто занимается исследованиями в этой области, является профессор Чикагского университета Ричард Талер. Он получил Нобелевскую премию в 2017 году «За совокупность исследований в области поведенческой экономики». «Ричард Талер ввел в обиход экономистов множество интересных инструментов. Например, он первым описал эффект владения (endowment effect), который проявляется в том, что человек больше ценит те вещи, которыми уже обладает. В классическом эксперименте обучающиеся чаще отказывались менять заранее подаренные им кружки на шоколадки, хотя, когда им предлагали просто выбрать между кружкой и шоколадкой, никаких особенных предпочтений они не выказывали. Он же разработал теорию мысленной, или ментальной, бухгалтерии (mental accounting), которую ведет любой человек. В ней, например, расходы на продукты в магазине и на поход в ресторан легко могут проходить по разным статьям, хотя для рационального человека и то и другое - еда. Более того, в голове у человека, как объекта исследования поведенческой экономики, одни и те же доллары могут оцениваться по-разному.

Классический пример - одновременное наличие пополняемого депозита и долга по кредитной карте. Проценты по последней неизбежно будут выше, чем проценты по первому, так что рационально будет немедленно погасить долг по кредитной карте. Но учет накоплений в отдельной мысленной категории делает их более ценными. Вместе с одним из своих соавторов, юристом Кассом Санстейном, Талер показал, как можно «подталкивать» людей к более рациональным экономическим действиям, и из этого выросла не только интересная научная работа, но и множество политических решений» [2].

Несмотря на результаты этих исследований, данной области экономической науки потребуются ещё некоторое время, чтобы сформировать ее как самостоятельное поле экономической теории.

Список используемых источников:

1. Глинкина, О.А. Особенности формирования имиджа персонала компании [Текст] / О.В. Глинкина // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2017. – №4 – С.21–23
2. Добровидова, О. Что такое поведенческая экономика и почему за неё дали Нобелевскую премию [Электронный ресурс] / О. Добровидова. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/4629812>, свободный
3. Канеман, Д. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения [Текст] / Д. Канеман, П. Словик, А. Тверски. – Харьков: Издательство Институт прикладной психологии «Гуманитарный Центр», 2005. – 632 с.
4. Талер, Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики [Текст] / Р. Талер. – Эксмо, 2018. – 384 с.
5. Факторы, влияющие на поведение человека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.psychologos.ru/articles/view/factoryzpt-vliyayuschie-na-povedenie-cheloveka>, свободный

УДК 614.2

Задорожная Д.Е.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

**АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В ЗДРАВООХРАНЕ-
НИИ**

***Аннотация:** Современные тенденции развития общества выдвигают новые требования к медицинскому персоналу и к системе здравоохранения в целом. На сегодняшний день здоровье населения – неотъемлемый фактор успешного функционирования экономических систем. Одним из направлений в данной сфере является менеджмент в здравоохранении, представляющий собой процесс, основанный на совершенствовании форм управления, повышении результативности мероприятий по активизации трудовой деятельности.*

***Ключевые слова:** бережливое производство, система здравоохранения, медицинский персонал, «бережливая поликлиника»*

Zadorozhnaya D.E.

Financial University (Omsk)

ASPECTS OF IMPLEMENTATION OF LEAN PRODUCTION IN HEALTH CARE

***Abstract:** Modern trends in the development of society put forward new requirements for medical personnel and the health care system as a whole. Today, the health of the population is an integral factor in the successful functioning of economic systems. One of the areas in this area is management in health care, which is a process based on the improvement of forms of management, improving the effectiveness of measures to enhance labor activity.*

***Keywords:** lean manufacturing, health care system, medical staff, «lean clinic».*

Система здравоохранения Российской Федерации, как одна из самых значимых сфер государственного регулирования, требует очень бережливой разработки и проведения реформ. Бережливое производство в здравоохранении – система, ориентированная на повышение удовлетворенности потребителей медицинских услуг, снижение трудовых потерь медицинского персонала, повышение качества и производительности труда. При работе медицинской организации с применением методов бережливого производства происходит постоянное сокращение всех типов потерь с целью достижения идеальных условий протекания процессов.

Глобальной целью создания «Бережливых поликлиник» в Российской Федерации послужило устранение потерь в ходе оказания медицинской услуги. Образ бережливой поликлиники включает следующие элементы [1, с. 57]:

- оптимальная внутренняя логистика;
- удобная эргономика на рабочих местах персонала;
- выравнивание загрузки медицинского персонала;
- оперативное решение возникающих проблем во всех процессах с минимальными затратами;
- электронный документооборот.

По данным социологических опросов, более 46% россиян, т.е. практически каждый второй, посещают государственные поликлиники. При этом едва ли не каждый согласится: состояние многих лечебных учреждений и качество медицинской помощи в них далеки от идеала. Эксперты (из Правительства Российской Федерации, Минздрава и других ведомств и др.) изучили общественное мнение, запросы и лучшую практику, которая уже есть в России. **На этой основе** они разработали и утвердили модель «бережливой поликлиники». Как уверяют специалисты, такая поликлиника будет беречь в первую очередь время и нервы пациентов, чтобы люди быстро и комфортно получали медицинские справки, рецепты, проходили обследования и попадали на прием к врачам [4, с. 77].

Рассмотренные направления по совершенствованию управления системой здравоохранения будет невозможно реализовать без увеличения объемов государственного финансирования, поэтому должны быть определены задачи, в полной мере касающиеся охраны здоровья граждан, разработаны показатели контроля, вследствие чего определены объемы и источники основного и дополнительного финансирования здравоохранения. Ведь главной особенностью реформирования станет быстрое развитие информационных технологий и электронного здравоохранения, что будет использовано в системе медицинского образования, сборе и анализе информации и оказанию медицинских услуг населению страны. Кроме того, нынешняя экономическая обстановка требует увеличения размера бесплатной медицинской помощи за счет государственных средств. Таким образом, рост финансирования должен находиться на уровне 6% ВВП, как это происходит во всех развитых странах.

В условиях трансформации современного общества создаются новые требования и условия для развития медицинской отрасли страны, при этом возникает ряд проблем, требующих незамедлительного решения. Так образовавшиеся трудности в области здравоохранения России возможно решить путем разработки направлений по совершенствованию медицинской сферы. Здравоохранение является приоритетом социальной политики государства, а здоровье населения выступает в роли важнейшего звена экономического потенциала страны, и только благодаря мерам по модернизации управления системой здравоохранения в России будут достигнуты улучшения показателей здоровья населения, следовательно, возрастет экономическая привлекательность государства в целом [3, с. 240].

С 26 июля 2017 года по 1 апреля 2023 года Минздрав РФ реализует приоритетный проект «Создание новой модели медицинской организации, оказывающей первичную медико-санитарную помощь» («Бережливая поликлиника»). Проект направлен на решение основных проблем российского здравоохранения, связанных с огромными потерями временных и денежных ресурсов, которые снижают качество и доступность медпомощи.

Основным звеном, решающим большинство проблем, является врач – организатор, вовлеченный и обеспечивающий вовлеченность работников в процесс изменений. Руководитель, обладает зачастую несколькими специальностями, которые обеспечивают универсальность принятых им решений, позволяющим перейти от идеологии бережливого производства до идеологии пациентоориентированного здравоохранения, и обеспечить экономию одного из самых главных ресурсов – времени [5, с. 9].

Несмотря на разновидность модернизирующих методов деятельности медицинских учреждений, неотъемлемой частью «Бережливой поликлиники» является система 5S – система ор-

ганизации и оптимизации рабочего места каждого специалиста. На столах не должно быть лишней бумаги, карт пациентов, и тем более личных вещей работников. Принцип системы сводится к следующим направлениям: «сортируй», «соблюдай порядок», « содержи в чистоте», «стандартизируй», «совершенствуй». Создается электронное картохранилище. Безусловно, подобные действия возможно осуществлять благодаря эффективному менеджменту. Можно сделать вывод, что проект «Бережливая поликлиника» - ключевой этап по совершенствованию системы здравоохранения, позволяющая сделать медицинское обслуживание граждан доступным, а самое главное, качественным [2, с. 150].

Также важно в целом повышать эффективность управления, что потребует разработки стратегий развития системы здравоохранения, увеличения ответственности руководителей за полученные результаты и расходование средств. Современные рыночные отношения ставят условия конкуренции врачей и медицинских учреждений по качеству предоставляемых услуг. Все это приводит к выработке комплекса показателей для оценки труда медицинских работников и деятельности организаций данной отрасли. В свою очередь, в целях использования инновационных принципов в здравоохранении необходимо содействовать успешному развитию медицинских наук, повысить качество инновационных разработок. Особый акцент необходимо сделать на развитие управления качеством медицинской помощи.

В Омской области продолжается реализация совместного проекта Министерства здравоохранения Российской Федерации и государственной корпорации «Росатом» – «Бережливая поликлиника». В 2017 году пилотный проект был внедрен в трех поликлиниках города Омска: детская поликлиника №5, медико-санитарная часть № 7, городская больница № 9. Работа проводится по четырем основным направлениям: совершенствование работы регистратуры с целью минимизации времени ожидания, оптимизация маршрутизации пациентов в поликлинике с целью сокращения очередей на всех этапах, совершенствование процесса забора крови в лаборатории и процедурном кабинете, рациональная организация рабочих мест.

В регистратуре внедрена система электронной очереди, установлены инфоматы, организована удобная зона ожидания в холле поликлиники. Введена должность администратора зала регистратуры, который встречает пациентов и помогает с навигацией по поликлинике. Организован call – центр, специалисты которого принимают звонки от населения. Внедренная аналитическая система позволяет отслеживать сколько звонков поступило в течение суток и сколько пациентов не смогли дозвониться. Для того чтобы пациент мог сразу попасть на прием к врачу, не тратя время на ожидание амбулаторной карты в регистратуре, введена должность «картоноша».

С целью реализации второго направления проекта «Бережливая поликлиника» направление в лабораторию выдается на приеме врача через электронный документооборот. Данные лабораторного исследования в день сдачи анализа вносятся в программу. В результате проведенной работы была оптимизирована нагрузка на лаборанта в течение недели, сокращено время ожидания в очереди в 6 раз, внедрена талонная система и электронный документооборот. В планах лаборатории установить электронное табло для комфортного ожидания пациентами времени для забора крови.

В детских поликлиниках открыт дополнительный прививочный кабинет. Оптимизировано расписание приема участковых педиатров, что позволило разобщить потоки больных и здоровых детей. С целью создания комфортных условий пребывания для посетителей организованы комнаты матери и ребенка, игровые уголки и модули, в холлах поликлиник установлены телевизоры для демонстрации мультфильмов и познавательных программ.

Детская городская больница № 4, в которой довелось работать автору данной статьи, тоже принимает участие в проекте «Бережливая поликлиника». Чтобы не было скученности, пересмотрели расписание приема, теперь одновременно в одном кабинете по пять участков не принимают. Родителям не приходится стоять в очереди за талоном к узким специалистам, потому что педиатр во время приема может войти в программу и отложить талоны к тем врачам, которым считает нужным показать ребенка, и не только к своим специалистам, но и в туберкулезный диспансер, и в аллергоцентр. Поэтому нет огромных очередей за заветным талоном. Бывают,

конечно, сезонные проблемы, например, когда детей оформляют в детский сад, школу или в спортивные секции. Тогда выделяются субботы, если надо – воскресенье, и специалисты дополнительно выходят на работу. В больнице появились даже эксклюзивные врачи: гастроэнтеролог, нефролог, кардиолог. Был введен прием врача по спортивной медицине, такие имеются пока только в двух поликлиниках города.

Локальная сеть объединяет все поликлиники, и даже на отдаленном участке врач может увидеть анализ ребенка, который тот сдал утром, посмотреть, какие он проходил исследования, какие заболевания имеет, от чего привит, у каких врачей был, когда лечился в отделении восстановительного лечения. Это очень удобно как для самих врачей, так и для пациентов.

Реализация проекта проводится за счет внутренних средств больниц: рационального расходования имеющихся ресурсов, качественного планирования финансовой деятельности и экономии при внедрении модуля.

Таким образом, суть «бережливой поликлиники» состоит в сбережении ресурсов, времени и нервов всех участников процесса. Для этого была разработана новая логика приема и распределения посетителей, работы врачей и лабораторий, в результате больные и здоровые пациенты разведены по разным коридорам. Участвующая в проекте поликлиника получает дополнительные средства на переоборудование.

В заключение следует отметить, что, внедряя бережливое производство, учреждения здравоохранения могут получить экономию по всем статьям расходов, улучшив при этом доступность и повысив качество медицинской помощи. Применение данного подхода позволяет оперативно корректировать возникающие проблемные ситуации, предупреждать их появление, в некоторой степени опережать требования внешних и внутренних потребителей, обеспечивая тем самым резерв стабильности, а также быстро реагировать на нововведения вышестоящих организаций.

Список использованных источников:

1. Андреев, Р.Е. Новые образовательные возможности для участия и творческого подхода к реализации пилотного проекта «Бережливая поликлиника» [Текст] / Р.Е. Андреев, Е.В. Шестакова, А.М. Аслоньянц, Р.А. Хачатурова // Современное научное знание: теория, методология, практика. – 2018. – С. 55 – 59.

2. Забелин, М.В. Бережливая поликлиника: опыт внедрения инструментов lean в учреждениях федерального медико – биологического агентства России [Текст] / М.В. Забелин, О.А. Касымова, В.В. Миронова, И.В. Кононова // Здравоохранение, образование и безопасность. – 2018. – №4(16). – С. 146 – 157.

3. Квитчук, Н.А. Проект «Бережливая поликлиника»: инновационные конфликты в амбулаторном звене [Текст] / Н.А. Квитчук, Т.П. Грищенко // Приоритетные направления развития науки и образования. – 2018. – С. 238 – 241.

4. Соболева, С.Ю. Особенности реализации проекта «Бережливая поликлиника» в аспекте изменения функциональных ролей среднего медперсонала [Текст] / С.Ю. Соболева, Е.В. Рябова // Известия волгоградского государственного технического университета. – 2018. - №10. – С. 75 – 78.

5. Сочкова, Л.В. Опыт реализации пилотного проекта «Бережливая поликлиника» в поликлинике крупного города [Текст] / Л.В. Сочкова, М.М. Быкова, А.В. Ким, О.М. Носырева // Медицина и организация здравоохранения. – 2018г. – № 2. – С. 4 – 11.

ПРЕДПОСЫЛКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИИ И ИХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Аннотация. В данной статье рассматривается роль информации в современном мире, виды предоставления информации, термин Big Data, преимущества применения Big data, сложности использования Big Data.

Ключевые слова: информация, большие данные, планирование в корпорациях.

Kayl V.L.

Financial University (Omsk)

BACKGROUND OF USING BIG DATA IN BUSINESS PLANNING AND THEIR ADVANTAGES

Abstract. This article discusses the role of information in the modern world, the types of information provision, the term Big Data, the advantages of using Big data, the complexity of using Big Data.

Key words: information, Big Data, planning in corporations.

Информация – это главный ресурс корпораций. Деятельность любого бизнеса, его дальнейшее развитие и прогнозирование основываются на анализе информации. Спектр анализируемой информации может быть бесконечным, начиная от проведенных транзакциях и заканчивая обезличенными данными потребителей.

Количество информации, которой владеет компания, увеличивается в геометрической прогрессии, ее хранение и обработка становятся более трудоемкими процессами. Быстро меняющийся мир уже не позволяет обрабатывать информацию старыми традиционными способами, в рамках конкурентно-насыщенного рынка компаниям необходимо принимать управленческие решения своевременно, реагируя на изменения на рынке. Успешность компании можно измерить уровнем технологического развития. Используемые технологии должны отвечать всем стандартам текущей реальности и вносить эффективный вклад в развитие корпораций.

В настоящее время предоставление информации имеет различные форматы. Основные виды предоставляемой информации – текстовый, табличный, графический, рейтинговый или другие способы визуализации информации. Сама визуализация информации – удобный способ донесения определенных аналитических выводов, после проведенного анализа существующих данных. Однако, в существующих рабочих методах анализа и представления информации существуют большие потенциалы, которые заставляют двигаться вперед информационные технологии. Основными недостатками в существующих методах анализа и представления информации являются: низкая скорость обработки, сложность анализа и отсутствие структуры, неполноценный объем. Все три недостатка могут напрямую повлиять на развитие бизнеса. Сами по себе данные недостатки обусловлены, зачастую, в ручном способе анализа и обработки информации – большое количество человеческих ресурсов тратится на то, что компьютер может сделать за считанные секунды.

Именно возрастающая важность информации, развитие технологий и конкурентоспособности на рынке сделали толчок в развитии обработки, анализа и предоставления информации. Наиболее современным подходом и термином, связанным с информацией, её обработкой и анализом, является такое понятие, как Big Data.

Big Data – совокупность инструментов, методик и подходов обработки данных, чтобы их использовать для конкретных задач и целей. Еще более простым определением можно считать,

что Big Data – это хранение и обработка данных. Методы, которые используются в Big Data, в большинстве своем направлены на обработку и анализ неструктурированных данных, они не имеют определенной структуры и организованы в хаотичном порядке.

Само понятие Big Data имеет три характеристики:

1. Volume – величина физического объема информации.
2. Velocity – скорость прироста и необходимости быстрой обработки данных для получения результатов.

3. Variety – возможность одновременно обрабатывать различные типы данных.

Использование больших данных возможно во многих сферах жизнедеятельности – от государственного управления до телекоммуникаций и финансов.

Ниже, в таблице 1 [4], представлен результат опроса, в котором задавался вопрос: «Используете ли вы большие данные в процессе работы?».

По результату опроса можно понять, что многие сфера бизнеса уже используют большие данные в своей деятельности, и на первом месте стоят телекоммуникационные предприятия.

Таблица 1. Результаты опроса

Здравоохранение		13%
Образование		15%
Бизнес-сервис		18%
Логистика		33%
Финансы		33%
ИТ		36%
Государственные органы		38%
Телекоммуникационные предприятия		58%

Использование больших данных имеет многогранное значение для бизнеса и обладает рядом преимуществ, таких как:

1. Аналитика и построение точных прогнозных данных на основе полученной и обработанной информации.

2. Возможность подробного анализа информации о своих потребителях, например, модели поведения, покупательская способность отдельных групп покупателей, предпочтения пользователей и т.д.

3. Углубленный анализ предоставляемых товаров и услуг через призму понимания причин спадов или поднятий продаж, анализ сезонности.

4. Улучшение покупательского опыта.

Преимущества использования анализа больших данных еще не до конца проанализированы, однако многие компании уже начинают пользоваться этими инструментами для повышения своей эффективности.

Однако, в переходе на такой метод работы с данными, существуют определенные барьеры, которые на данный момент являются непреодолимыми для некоторых компаний. Можно выделить два наиболее проблемных аспекта, а именно дорогостоящая аппаратура для хранения больших массивов данных, стоимость которой в промышленных масштабах может достигать 50 миллионов, а также наличие компетентных специалистов в сфере Big Data. Так как это направление только набирает обороты, каждый специалист ценится очень высоко на рынке труда и количество готовых специалистов достаточно мало.

В заключении еще раз хочется отметить факт важности информации в работе любой корпорации, которая может содержать в себе многие аспекты, важные для деятельности компаний. Информация – это главное конкурентное преимущество в любом виде деятельности, и от того, насколько эффективно и правильно выстроен процесс обработки информации, зависит успешность деятельности компании. И именно на этот аспект направлено использование Big Data, роль которых из года в год будет только расти, в том числе из-за глобальной диджитализации общества. Предприятиям необходимо уходить от старых методов работы, для того, чтобы быть

во главе, а многим категориям работников нужно развивать в себе новые компетенции, необходимые в нашем будущем информационном обществе.

УДК 159.922.

Кулькова П.Д.

Финансовый Университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ЖЕНЩИНА ЛИДЕР И РУКОВОДИТЕЛЬ

Аннотация. Современные женщины становятся всё более самостоятельными, тем самым сдвигая мужчин на второй план, занимая очередь вместе с ними на социальной ступени. Они изменяют стереотипам, которые были восприняты девочками с детства. В данной статье проанализированы истории женщин-руководителей, которые известны во всем мире своими лидерскими способностями.

Ключевые слова: женщина, руководитель, лидер, организация, способности, управление.

Kulkova P.D.

Financial University (Omsk)

WOMEN LEADER AND MANAGER.

Abstract. Modern women are becoming more independent, thereby shifting men into the background, taking a turn with them on the social level. They change stereotypes that have been perceived by girls since childhood. This article analyzes the stories of women leaders who are known worldwide for their leadership skills.

Keywords: woman, leader, leader, organization, abilities, management.

В современном мире сложилась странная тенденция: мужчины лучшие во всем! Лучшие политики – мужчины, лучшие повара – мужчины, лучшие парикмахеры – мужчины, лучшие руководители – естественно мужчины. А женщины являются слабым полом! Но так ли это? Думаю, такие женщины как Эсте Лаудер, Вдова Клико, Хелена Рубинштейн, Коко Шанель, Мэри Кэй Эш, Ангела Меркель готовы поспорить с данным стереотипом. Они стоят на равне, а то может быть и выше некоторых мужчин. В данной статье попытаюсь доказать, что женщина может быть настоящим лидером и эффективным руководителем.

Если женщина решила побороться за место под солнцем с мужчинами и взобраться по социальной лестнице, то она должна понимать и быть готова к «битве полов». Вопрос гендерного неравенства в нашем мире стоит достаточно остро. Женщинам все сложнее занимать руководящие должности в организациях. Почему же?

Если мы начинаем говорить о лидерстве, то чаще всего приписываем лидеру качества, которые исторически относятся к типу «мужских»: мужчина сильный, умный, смекалистый, талантливый и т.д. Возможно ли заимствование современной женщиной "мужской" модели поведения, чтобы стать эффективным и достойным лидером?

С одной стороны в характере разных полов изначально заложены отличающиеся принципы поведения. Мужчинам характерны контроль, преследование, захват объекта и доминирование. Женщинам же – эмоциональность, соблазнение, привлечение, удержание объекта и стремление к сплочению и стабильности. Если же посмотреть с другой стороны, то мир партнерских семей и демократии изменил женщин: они стали носить брюки и строгие костюмы, стали жестче и требовательнее к себе, начали управлять людьми, компанией, городом или целой страной. Далеко не всегда это делает им преимущество, а выражение «Бизнес Вумен» («Business women») стало именем нарицательным, которое произносят с иронией и насмешкой.

Россия - страна с патриархальными традициями, наше поведение люди оценивают, исходя из исторически сложившихся клише о том, как должны вести себя женщины и мужчины в сфере

управления. Женщина с давних времен должна была растить детей и создавать атмосферу внутри семьи, а мужчина кормить и обеспечивать их всех. Но в современном мире не всегда можно положиться на мужчин, да и женщина может оказаться куда эффективнее.

Однотипные действия руководителя мужчины или женщины воспринимаются по-разному и вызывают различную ответную реакцию подчиненных. Бывают случаи, когда твердое директивное мужское решение воспринимается нормально, коллеги к его мнению прислушиваются, его уважают и верят в благие намерения. А слова женщины-руководителя пропускают мимо ушей или выполняют поручение «спустя рукава».

Большинство из нас осознавая отличия в «мужских» и «женских» ролях, ожидают от людей, что они будут вести себя по заранее построенному обществом алгоритму в зависимости от того, к какому полу они принадлежат. А когда увиденное не оправдывает наших ожиданий, мы склонны занижать лидерские способности человека, не взирая на то, насколько он в действительности был эффективен как лидер.

Лидеры разного пола могут вести себя одинаково, но если они оба ведут себя агрессивно или некорректно, то поведение и действия женщины оцениваются как менее эффективные, поскольку подобное поведение более характерно для мужчины. Женщины склонны к эмоциональности и неуравновешенности чуть больше, чем мужчины, но это не означает, что она не может быть не довольна работой своих сотрудников, что выскажет в жесткой форме (воспользовавшись методом «кнута»). Эксперименты и исследования показывают, что в условиях вне внешней среды лидеры-мужчины оцениваются как более эффективные, нежели лидеры-женщины, несмотря на то, что мужчины и женщины демонстрируют одинаковые результаты.

В процессе выполнения работы, я смогла выявить основные отличия между мужским и женским управлением в компаниях.

Из недостатков женщины-руководителя можно подметить следующее:

1. У женщины-руководителя нет масштабного мышления. Прекрасно решаются задачи по типу «здесь и сейчас», но начинаются проблемы по планированию стратегии.

2. Женщину власть быстрее портит, нежели мужчину. Последствия: чрезмерная уверенность в себе, плохое взаимоотношение с подчиненными, скандальность.

3. Проблемы с деловыми партнерами. Мужчина скорее найдет понимание и согласие с мужчиной, нежели с женщиной. Здесь идет различие в восприятии информации. Мужчина ставит цель, женщина думает о средствах.

4. Женщине порой приходится проявлять на руководящей должности совсем не свойственные ей черты характера, как агрессивность и жестокость. Отсюда психологический дискомфорт, будучи на посту руководителя.

Положительные стороны следующие:

1. Женщина способна сконцентрироваться и решать одновременно несколько вопросов, тогда как мужчина решает их постепенно.

2. Женщина лучше анализирует, подмечает и учитывает нюансы в работе. Это помогает создать положительный имидж в компании.

3. Женщина более коммуникабельна, умеет быстрее приспосабливаться к любым условиям, умеет выстроить доверительные отношения.

4. Умение использовать для общего дела сильные стороны и развивать слабые – это основное, что должна уметь женщина-руководитель.

Чтобы достичь желаемой цели, иные женщины, пускают в ход «запрещенные приемы», но их большинство, не совсем подходят для мира бизнеса и делового партнерства. Кокетство, хитрость, «игры в слабость», срабатывают, но не у всех и не всегда. Страх потерять имидж делового человека и уважаемого партнера, еще сильнее заставляет женщину вести себя скованно и формально, что также понижает ее уровень работоспособности.

В действительности степень, в которой женщинам приходится руководствоваться «мужскими» или «женскими» моделями поведения, в значительной мере определяется тем, какова

культура внутри организации. Дело вовсе не в том, какой стиль руководства лучше – «женский» или «мужской». Совет женщинам внимательно изучить свое окружение и понять, как ей необходимо себя вести внутри компании или данной группы людей. Имея представление о том, какой стиль лидерства ближе для организации, можно и нужно скорректировать свой, чтобы лучше работать в ней.

Для того чтобы определить и собственный стиль лидерства, и стили других людей в вашем окружении, вы можете использовать опросник Сандры Бэм, содержащий 60 женских, мужских и нейтральных характеристик.

Исследования Дж.Виткин, С.Картер, М. Хеннинг и А. Жарден отмечают следующие закономерности.

1) Женщина гораздо позже мужчин начинают заботиться о личной карьере. Женщина теряет инициативу, независимость, решительность и самостоятельность, когда от нее ждут исполнительности, аккуратности, пунктуальности.

2) Представительницы прекрасной половины человечества по своей натуре менее склонны к риску нежели мужчины. Сомнения заставляют их перестраховываться и действовать более осмотрительно или откладывать ту или иную задачу.

3) Леди недооценивают роль нужных личных контактов и связей, пользы взаимовыгодных услуг, протекционизма и неофициальных отношений. Подозрительность и нетерпимость возможных соперниц и конкуренток, не позволяют женщинам объединиться и эффективно сотрудничать, оказывая помощь друг другу.

Складывается впечатление, что удержать равновесие в этом взаимодействии сложно, иногда опускаются руки, возникает досада и приходится смириться с тем, что удел современной женщины либо следить за домом и растить детей, либо стать «воительницей» и потерять женское лицо.

Существует путь, по которому идут те, кто использует прекрасные способности и навыки, заложенные в женщине самой природой. Ведь именно они прирожденные переговорщики и искусные слушатели, интуитивно чувствующие настрой собеседника. В пример можно привести истории самых известных женщин, которые благодаря своему упорству и лидерским качествам стали примером для подражания.

Маргарет Тэтчер - премьер-министр Великобритании в 1979–1990 годах. Лидер Консервативной партии с 1975 по 1990 год. Эта женщина останется в истории XX века как один из самых сильных политиков. Она не поддерживала никаких феминистских движений, но представила миру совершенно новый женский тип. Ее упорство и характер были призваны показать человеку, к чему пришел слабый пол к концу второго тысячелетия. Эта женщина может быть символом многолетнего итога борьбы женщин за свои права, когда женщина, выйдя из-под опеки мужа или отца, оставшись одна, принуждена была не только выжить, но и обрести достойное место в кровавом мире.

В.В.Терешкова - первая в мире женщина-космонавт, герой Советского Союза, председатель комитета советских женщин. Как же сложно было среди огромного количества претендентов как мужского, так и женского пола пробиться в такую область науки как космонавтика. Если бы не ее упорство и целеустремленность, кто-то другой занял бы ее место под солнцем. Сейчас Валентина Владимировна делает все, чтобы осложнить жизнь журналистам и СМИ— она старательно скрывает свою личную жизнь. Я думаю, что на придерживается мнения, что оценивать тебя должны по делам твоим и поступкам, ради которых ты рискуешь всем, и в первую очередь своей жизнью, а не по умению создавать себе рекламу. Эти мудрые слова давно бы вызвали насмешки в мире, где правят деньги, материальное богатство и фальшивость. Но Валентина Владимировна пока не сдается, она сильна духом и мыслями. Разве можно назвать такую женщину «слабым полом» или «не лидером»? Актрис, писательниц, художниц, даже политических деятелей — женщин — несчетное количество, а первая леди-космонавт всегда будет одна.

Мэри Кэй Эш - основательница компании своего имени, самая успешная женщина-предпринимательница в истории США. По данным на январь 2013 года, объем продаж Mary Kay в мире составляет более 3 миллиардов долларов, а ее продукция представлена в 35 странах мира,

где ее распространяют около 2,5 миллиона независимых консультантов. Эта великая женщина-лидер не просто создала косметическую компанию, которую знают во всем мире, она основала новую корпоративную культуру, практически религию на мотивации, а у каждого члена команды есть своя роль. Она создала Компанию, "у которой есть сердце".

Таким образом, многолетние наблюдения за успешными женщинами, которые решают сложные задачи с клиентами, подчиненными или партнерами по бизнесу, показывают одну объединяющую закономерность. Сами женщины утверждают, что в бизнесе, они «забывают», что они «слабый пол» и не стремятся соответствовать ожиданиям окружающих (начальства, подчиненных, конкурентов). Они увлечены самой работой с собеседником и решением общего для них вопроса. Такие женщины просто любят дело, которым занимаются, и достигают вершин несмотря ни на что. При этом окружающие признают их наиболее женственными среди остальных. Часто можно услышать мужские отзывы о таких женщинах, как о прекрасном сочетании ума и красоты. Поэтому, в современном мире, женщина, которая стремится к своей цели и готова работать на равне (или больше) с мужчинами, сможет стать и лучшим руководителем для своей организации, и лидером по жизни, и самой женственной женой, и самой любящей мамой на свете. "Вы это сможете!" © Mary Kay Inc

Список используемых источников:

1. Андреев, В.И. Саморазвитие менеджера: учебник [Текст] / под ред. В.И. Андреева. - М.: Дело, 2014. – 275 с.
2. Веснин, В.Р. Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе [Электронный ресурс] / В.Р. Веснин. – Режим доступа: <https://ru.scribd.com/doc/86656112.html>, свободный.
3. Кибанов, А.Я. Система управление персоналом: учебное пособие [Текст] / под ред. А.Я. Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 64 с

УДК 330.322.2: 656.078.13

Кузнецова М.В., Безновская В.В.

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет
(г. Москва)

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ТРАНСПОРТЕ

Аннотация. В статье анализируется емкость рынка IT-проектов и инновационные технологии, используемые для модернизации инфраструктуры на транспорте. Рассмотрены IT-технологии, применяемые для цифровизации автомобильных грузоперевозок. Аргументируются проблемы транспортной логистики и предлагаются пути их решения. Кроме того, обозначены сегменты инновационного процесса с описанием принципа работы программы, дана оценка внедрения инновационных программных продуктов.

Ключевые слова: цифровизация; автоматизация; транспортный комплекс; инновации; транспортная логистика; программный продукт; оптимизация процессов.

Kuznetsova M.V., Beznovskaya V.V.

Moscow automobile and road state technical University (Moscow)

INNOVATIVE APPROACH TO DIGITALIZATION IN TRANSPORT

Abstract. The article analyzes the market capacity of IT-projects and innovative technologies used for the modernization of transport infrastructure. It-technologies used for digitalization of road cargo transportation are considered. The problems of transport logistics are argued and the ways of their solution are offered. In addition, the segments of the innovation process with a description of the principle of the program, the evaluation of the introduction of innovative software products.

Keywords: *the digitalization; automation; transport sector; innovation; transport logistics; software product; optimization of the processes.*

Характерной чертой современной эпохи является цифровизация экономики. Современное общество достигло немалых успехов в области техники и технологий, развитии наукоемких производств. Информационные системы и сетевые технологии расширили деловые возможности РФ за счет быстрого и простого доступа к огромным объемам информации и инструментам работы с ней [5, с. 3; 8, с. 57].

Место и роль автомобильного транспорта в РФ обуславливаются его наибольшим удельным весом в ряде макроэкономических показателей. В 2017 г. объем автомобильных перевозок в РФ вырос на 2,3%, а прирост грузооборота составил 2%. Положительная динамика вызвана общим улучшением экономической ситуации в стране и увеличением объемов розничной торговли. По данным Росстата, доля автомобильных перевозок составила 4,6% от общего грузооборота РФ за 2017 г., а объем грузов, перевезенных автомобильным транспортом за тот же период, – 67% от всех перевезенных грузов. Прирост показателей произошел за счет импортозамещения и развития сегмента e-commerce [1].

Авторы высказывают мнение, что для модернизации транспортной инфраструктуры следует осуществлять цифровизацию, внедрять инновационные технологии, связанные с автоматизацией автомобильных грузоперевозок. Если транспортная компания будет пренебрегать возможностями в сфере инноваций, то она рискует быстро оказаться неконкурентоспособной на рынке. Инновации являются сегодня одним из главных факторов успешного развития современной транспортной компании [6, с. 25; 10, с. 40].

Инновационные решения по автоматизации автомобильных грузоперевозок осуществляются путем создания автоматизированных систем управления. Наиболее эффективная автоматизированная система, используемая передовыми российскими транспортными и логистическими компаниями – TMS-система (Transportation Management System). Система предназначена для комплексной автоматизации процессов управления транспортом и перевозками грузов. Разработкой таких систем занимаются многочисленные IT-компании [2].

Например, компания AXELOT предлагает следующий программный продукт – «TMS. Управление транспортом и перевозками», состоящий из четырех функциональных модулей: «Управление автотранспортом», «Управление перевозками», «Спутниковый мониторинг», «Android-клиент для водителей» [3]. Систему можно использовать комплексно, приобретая сразу все модули или по отдельности. Модульная структура TMS-системы позволяет компании-заказчику рационально вкладывать средства в автоматизацию, не переплачивать за излишний функционал. С другой стороны, при возникновении необходимости функциональность системы можно расширить с помощью приобретения дополнительных модулей.

Программный продукт «TMS. Управление транспортом и перевозками» позволяет:

- Управлять собственным парком транспортных средств (диспетчеризация транспортных средств, учет горюче-смазочных материалов, оформление путевых листов, контроль состояния транспортных средств, планирование и выполнение технического обслуживания, учет шин и агрегатов, контроль состояния документов на транспортные средства и водителей).

- Полностью автоматизировать мультимодальные перевозки, перевозки сборно-разборных грузов.

- Работать с картографическими сервисами Яндекс.Карты, Google Maps, СитиГид, OSM и другими.

- Автоматизировать планирование рейсов.

- Планировать перевозки грузов с использованием привлеченного автопарка. Есть возможность проведения тендеров по выбору наиболее выгодной компании-перевозчика.

- Проводить удобный расчет стоимости перевозки.

- Проводить учет прямых и косвенных затрат.

- Контролировать транспортные средства в режиме реального времени с помощью спутникового мониторинга.

- Управлять работой водителя или экспедитора в реальном времени с помощью Android-клиента.
- Анализировать показатели эффективности с помощью предоставления автоматической отчетности.

Преимуществом TMS-системы является повышение качества предоставляемых транспортных услуг, а ее недостатком – высокая стоимость приобретения и внедрения. Поэтому перед фирмами стоит задача поиска источников средств для внедрения автоматизированной системы. Кроме того, компании сталкиваются с расчетом срока окупаемости данного инвестиционного проекта и оценкой его эффективности [9, с. 49].

Логистика неразрывно связана с самим процессом перевозок, поэтому ее автоматизация также важна. Примером инновации в логистике служит информационная технология, которая успешно реализуется на российском рынке, – программа «Microsoft Dynamics AX». Система является комплексным решением для автоматизации всего жизненного цикла производства, учета, контроля и анализа грузопотоков.

При перевозке грузов транспортные компании применяют RFID-метки (интеллектуальные технологии), которые помогают отследить место нахождения груза или содержимое груза. Система контроля грузов позволяет владельцу груза определить состояние груза (испорчен в результате удара, тряски или произошло вскрытие упаковки) [7, с. 12].

Частью автоматизированных систем управления на транспорте является телематика. Преимуществом современной телематики является то, что она снижает риск человеческого фактора при осуществлении перевозок [4, с. 62].

Мировым лидером по количеству коммерческого транспорта, подключенного к различным системам управления автопарком, является США (5,8 млн единиц). Аналитики Berg Insight прогнозируют рост числа подключенных автомобилей до 12,7 млн единиц к 2020 г.

Мировой опыт показывает многообразие IT-технологий по внедрению инновационных программных продуктов. В сфере телематики остановимся на разработках компании Daimler, которая оснащает грузовики Actros системой FleetBoard для европейского рынка. В основе системы – бортовой компьютер TiiRec. Система контролирует время нахождения водителя за рулем, регистрирует скорость вождения и частоту торможения. Кроме того, функция FleetBoard Service позволяет перевозчику и сервисным центрам следить за состоянием автопарка. Система FleetBoard повышает степень эксплуатационной готовности автотранспорта. Водитель может узнать о ситуации на дорогах и расписании маршрутов с помощью планшета и общаться с диспетчерским центром через мессенджер. Диспетчер, в свою очередь, следит за статусом погрузки и перемещением автомобиля через наглядный интерфейс. Система FleetBoard содержит данные о пробеге и местоположении грузовика.

В РФ рынок транспортной телематики также развивается. В 2017 г. к системе «ЭРА-ГЛОНАСС» подключено 1 млн единиц коммерческого автотранспорта, что является свидетельством масштабной цифровизации грузоперевозок. В 2018 г. ускорение развития российского рынка транспортной телематики связано со строительством инфраструктуры (запуск высокоскоростных беспроводных каналов передачи данных).

Массовое распространение беспилотных грузовых автомобилей приводит к оптимизации затрат за счет экономии топлива и повышению безопасности. Безопасность – довольно спорный вопрос. Беспилотники, в первую очередь, эффективны на транспорте, который жестко привязан к своему маршруту. Например, железнодорожные поезда, которые следуют по выделенным путям, или поезда метрополитена. Областью возможного применения самоуправляемого автотранспорта могут стать пассажирские перевозки общественным транспортом.

Беспилотный автотранспорт требует соответствующей транспортной инфраструктуры, обеспечивающей беспилотное управление автомобилем в режиме реального времени.

К появлению в РФ полностью автономного грузового автомобиля технически все готово. Существует проект «Караван», одним из участников которого является «КамАЗ», работающий над решением, в рамках которого за одним автомобилем, управляемым водителем, будет следовать несколько беспилотных. К проекту «Караван» присоединилась логистическая компания

Trafit, которая проводит испытания комплексов для беспилотного управления автомобильным транспортом. По прогнозам президента инжиниринговой компании Cognitive Technologies, разрабатывающая для КамАЗа электронику автономного управления, в 2021 г. на российских дорогах появится беспилотный «КамАЗ».

Система автономного управления грузовым автомобилем представляет собой программно-аппаратный комплекс, встраиваемый в автомобиль. Его особенностью является использование искусственного интеллекта. Автопилот способен распознавать дорожные знаки, сигналы светофора, пешеходов и других участников движения. Однако, необходимо учитывать трудности при эксплуатации беспилотного автомобиля в условиях особенностей российского климата (дороги, сезонность, видимость и другое).

Компании, осуществляющие перевозки автомобильным транспортом, обладают преимуществом на рынке благодаря использованию различных инновационных технологий. К ним относятся:

- значительная экономия финансовых и временных ресурсов;
- устранение ошибок, вызванных человеческим фактором;
- оптимизация выполнения заявок на доставку грузов;
- придание объектам транспортной инфраструктуры высоких потребительских качеств;
- обеспечение оптимальной загрузки транспортных средств;
- предоставление качественного сервиса клиентам.

Подводя итоги, следует отметить, что необходимость цифровизации транспорта, разработка и внедрение проектов транспортной инфраструктуры с использованием инновационных технологий и программных продуктов является требованием современной информационной эпохи.

Список используемых источников:

1. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства РФ от 22 ноября 2008 г. N 1734-р. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.mintrans.ru/upload/iblock/3cc/ts_proekt_16102008.pdf, свободный

2. CNews Analytics: Рейтинг крупнейших поставщиков ИТ для транспортных компаний 2017 // CNews Издание о высоких технологиях [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/2018-05-30_vyshel_rejting_cnews_krupnejshie_postavshchiki_it, свободный.

3. AXELOT: TMS Управление транспортом и перевозками [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.axelot.ru/service/avtomatizacija_transportnoi_logistiki/axelot_tms/, свободный.

4. Жидкова М.А. Выбор источников финансирования инвестиционных программ на таксомоторном транспорте [Текст] / М.А. Жидкова // Вестник МАДИ. – 2015. – № 2 (41). – С. 62–69.

5. Кирова, И.В. Инновационное развитие и модернизация российской промышленности: проблемы и пути их решения [Текст] / И.В. Кирова, Т.Л. Попова, А.Ю. Киров // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. – 2016. – № 1 (7). – С. 3.

6. Коваленко, Н.В. Современные тенденции развития транспортного комплекса РФ [Текст] / Н.В. Коваленко, В.В. Безновская, А.В. Скороходова // Международный технико-экономический журнал. – 2017. – №6. – С. 25–31.

7. Коваленко, Н.В. Применение инновационных технологий в транспортной отрасли [Текст] / Н.В. Коваленко, В.В. Безновская, В.О. Кириллова // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. – 2017. – № 3 (13). – С. 12.

8. Подхалузина, В.А. Научно-методические положения оценки конкуренции на автотранспортном рынке [Текст] / В.А. Подхалузина, М.А. Дрейцен // Транспортное дело России. – 2017. – № 1. – С. 57–58.

9. Прокументова, В.В. Риски выхода транспортных компаний на зарубежные рынки [Текст] / В.В. Прокументова, В.В. Безновская, В.И. Прусова // Автотранспортное предприятие. – 2016. – №12. – С. 49–51.

10. Прусова, В.И. Роль транспортного комплекса в экономике РФ [Текст] / В.И. Прусова, В.В. Безновская, В.В. Прокументова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2017. – № 4–1. – С. 138–143.

УДК 336

Лесняк Д.В.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ОСОБЕННОСТИ ДИАГНОСТИКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Аннотация. В статье рассмотрена необходимость проведения диагностики финансового состояния организации для решения стратегических задач. Исследованы определения термина «финансовое состояние», представленные в экономической литературе. Приведены основные цели и задачи, а также направления и методы, используемые при проведении диагностики финансового состояния организации.

Ключевые слова: диагностика, финансовое состояние, стратегия, эффективность, стратегические задачи, менеджмент

Lesnyak D.V.

Financial University (Omsk)

FEATURES OF DIAGNOSTICS OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE ORGANIZATION FOR THE SOLUTION OF STRATEGIC TASKS

Abstract. In the article discusses the need to diagnose the financial status of the organization to solve strategic problems. The definitions of the term «financial state» presented in the economic literature are investigated. The main goals and objectives, as well as the directions and methods used in diagnosing the financial condition of the organization are presented.

Keywords: diagnostics, financial state, strategy, efficiency, strategic tasks, management

В современных рыночных условиях функционирования организаций необходимо иметь представление о финансовом состоянии компании для решения стратегических задач. Возникает необходимость в получении информации, которая способствует обоснованию стратегических и текущих управленческих задач, разработке целесообразного бизнес-плана, выбору деловых партнеров, прогнозированию финансового положения и результатов деятельности.

Прежде чем принять какое-либо решение, необходимо проанализировать сложившуюся финансовую ситуацию в организации – это одно из правил эффективного управления компанией. Инструментом получения информации служит диагностика финансового состояния организации, при помощи которой существует возможность оценить: имущественное состояние организации, степень зависимости от заемных средств, наличие капитала для финансирования текущей деятельности и вложения долгосрочных инвестиций, обоснованность политики распределения и использования прибыли.

Диагностика финансового состояния вызвана насущной необходимостью: организация не может вести дела, принимать управленческие решения, выполнять те или иные задачи, не имея информации о соотношении доходов и расходов, не зная факторов, которые позволили бы добиться превышения доходов над расходами. Экономическая стабильность организации становится основой ее благополучного развития, сокращает вероятность наступления банкротства. Все это повышает значение стратегической оценки финансового состояния как для самой организации, так и для ее бизнес-партнеров.

Финансовое состояние – важнейшая характеристика экономической деятельности организации. Оно характеризуется совокупностью показателей, отражающих процессы формирования

и использования его финансовых ресурсов. В условиях рыночной экономики финансовое состояние организации предопределяет конечные результаты ее деятельности, в частности, такие, как рост рыночной стоимости, рентабельность капитала и др. Именно эти результаты интересуют собственников организации, а также инвесторов, деловых партнеров. Все это предопределяет важность проведения диагностики финансового состояния организации и повышает ее роль в экономическом процессе [4, с. 381].

В экономической литературе авторы дают различные определения термину «финансовое состояние» (таблица 1).

Таблица 1. Определение термина «финансовое состояние» в экономической литературе

№ п./п.	Автор	Определение
1	2	3
1.	А.П. Гарнов [2, с. 274]	Финансовое состояние – это совокупность показателей, отражающих наличие, размещение и использование его финансовых ресурсов, а также источников их формирования, которые определяют рыночную и финансовую устойчивость предприятия, его платежеспособность и ликвидность, деловую активность и эффективность.
2.	А.Д. Шеремет [6, с. 280]	Финансовое состояние предприятия характеризуется размещением и использованием средств (активов) и характером источников их формирования (пассивов).
3.	Н.П. Любушин [3, с. 310]	Финансовое состояние – способность организации финансировать свою деятельность.
4.	Г.В. Савицкая [5, с. 176]	Финансовое состояние предприятия характеризуется системой показателей, отражающих способность субъекта хозяйствования финансировать свою деятельность и своевременно рассчитываться по своим обязательствам.

Сопоставив данные определения можно заключить, что финансовое состояние организации – это система различных аналитических показателей, которые отражают состояние, размещение и эффективное использование финансовых ресурсов, которые необходимы для стабильного функционирования и развития.

В свою очередь диагностика финансового состояния выступает неотъемлемым элементом как финансового менеджмента в рамках самой организации, так и его экономических взаимоотношений с партнерами, финансово-кредитной системой.

Основные цели диагностики финансового состояния организации:

- оценка результатов деятельности организации, а также выявление недочетов в работе и их виновников;
- постоянный контроль над выполнением плановых показателей, за динамикой процессов производства и реализации продукции (товаров, работ, услуг), а также своевременное обнаружение и использование резервов в целях обеспечения выполнения или даже перевыполнения плана;
- прогнозирование хозяйственной деятельности, обоснование перспективных планов, оценка ожидаемого их выполнения.

Исходя из изложенного, можно сделать вывод о том, что главной целью диагностики финансового состояния организации является подготовка необходимой информации для принятия управленческих решений, а, следовательно, и для решения стратегических задач.

Задачи диагностики финансового состояния организации направлены на решение внутриахозяйственных задач для того чтобы повысить эффективность своей деятельности, а также результативность использования экономического потенциала.

Задачи анализа финансового состояния деятельности организации позволяют:

- проводить контроль над выполнением планов и оценивать эффективность использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- определять факторы, влияющие на финансовое состояние организации;
- оценивать финансовое состояние организации на определенную дату;
- обосновывать и оптимизировать управленческие решения – что является наиболее важной задачей диагностики для того чтобы решить поставленные перед организацией стратегические задачи.

Информация о результатах, полученных при проведении диагностики финансового состояния организации, необходима менеджерам организации. Безусловно, в первую очередь она требуется финансовым менеджерам. Невозможно управлять организацией, принимать значимые хозяйственные решения, не обладая информацией о ее финансовом состоянии. Следовательно, невозможно следовать разработанной стратегии, решать поставленные стратегические задачи, не зная, насколько эффективно в тот или иной момент организация использует в своей хозяйственной деятельности ресурсы, и какой финансовый результат был получен.

Обладая всей необходимой информацией о финансовом состоянии, его сильных и слабых сторонах, организация может принимать в самый важный момент такие стратегические решения, как распределение ресурсов наиболее эффективным образом для дальнейшего развития компании, осуществление функции планирования и контроля над реализацией поставленной стратегической цели, определении более перспективных направлений развития, а также намечать и реализовывать меры по его укреплению или выходу из тяжелой финансовой ситуации. Поэтому каждый финансовый менеджер должен знать технологию проведения диагностики финансового состояния организации, уметь делать на его основе необходимые выводы.

Диагностика финансового состояния организации может проводиться с помощью экспресс-анализа либо углубленного анализа. Экспресс-анализ заключается в выборе небольшого количества наиболее значимых показателей, а также в прослеживании их в динамике и структуре. Он позволяет получить общую, более оперативную информацию о финансовом состоянии организации. Углубленный анализ проводится через более детальное изучение всех сторон финансового состояния компании, выявление факторов, которые в наибольшей степени повлияли на сложившуюся финансовую ситуацию, а также прогнозирование ее на ближайшую перспективу.

Финансовое состояние организации характеризуется системой показателей, отражающих наличие, размещение и использование ее финансовых ресурсов. Расчет и анализ таких показателей осуществляется на основании данных бухгалтерской отчетности и в определенном порядке. При проведении более детальной диагностики более рационально использовать всю совокупность показателей, что дает возможность обеспечить глубину и всесторонность исследования хозяйственных процессов и явлений. Кроме того, изучение каждого показателя во взаимосвязи с другими позволяет выявить факторы, влияющие на их изменение, определить доминирующие и количественно измерить зависимость между каждым фактором и результирующим показателем, а также между самими факторами.

Основными этапами диагностики финансового состояния организации являются следующие [1, с. 44; 4, с. 383]:

- 1) Оценка состава, структуры, динамики имущества организации и источников его формирования.
- 2) Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости организации.
- 3) Анализ кредитоспособности организации и ликвидности ее баланса.
- 4) Анализ финансовых результатов.
- 5) Прогноз финансового состояния в перспективе в результате реализации стратегии.

Структурное насыщение каждого направления диагностики финансового состояния организации в зависимости от используемой методики его проведения различается, что в свою очередь обуславливает различие в составе показателей.

Объединяя существующие на сегодняшний день методики проведения диагностики финансового состояния организации, можно выделить следующие подходы:

– основанные на получении оперативной информации с помощью расчета относительных показателей, которые характеризуют финансовое состояние организации (Дж. К. Ван Хорн и другие);

– основанные на расчете абсолютных и относительных показателей, с помощью которых можно получить более полную информацию о происходящих процессах в финансовом состоянии организации (А.Д. Шеремет, И.Н. Селезнева, Г.В. Савицкая и другие);

– позволяющие выявлять и количественно оценивать вероятность банкротства организации путем построения многофакторных моделей (Э. Альтман, Р. Таффлер, Р. Лиса, Г. Спрингейт, О.П. Зайцева и другие).

Безусловно, у каждого из этих подходов существуют свои преимущества и недостатки. Единой методики, способной устранить недостатки существующих подходов в рамках диагностики финансового состояния организации, не может быть выработано, что связано со спецификой деятельности каждой компании и целями аналитических процедур.

При проведении диагностики финансового состояния применяются следующие основные методы [4]:

- горизонтальный анализ;
- вертикальный анализ;
- трендовый анализ;
- метод финансовых коэффициентов;
- сравнительный анализ;
- факторный анализ.

Для того чтобы провести более качественный и полный анализ финансового состояния организации, необходимо применять все возможные методы. Следует заметить, что чаще всего анализ сводится к простому расчету определенных коэффициентов. Такой подход нельзя считать обоснованным, поскольку пренебрежение другими методами не дает возможности достаточно глубоко разобраться в структуре производственно-хозяйственной деятельности организации. Кроме того, только при использовании всего многообразия существующих методов можно более точно и верно обосновать соответствующие коэффициенты.

После проведения диагностики, организация переходит к дальнейшей разработке финансовой стратегии, которая должна полностью опираться на всю стратегию компании, к внесению необходимых корректировок в долгосрочные основные направления деятельности, в цели, задачи, стратегию или в ее осуществление в результате полученной информации о финансовом состоянии компании. На основе финансовой стратегии разрабатывается финансовая политика так, чтобы обеспечивалась конкурентоспособность организации.

Таким образом, диагностика финансового состояния организации, ее задачи направлены на решение стратегических задач компании для повышения эффективности ее деятельности, а также на увеличение результативности использования ее экономического потенциала: ресурсов, активов, капитала, доходов, расходов. Также необходимо отметить, что для разработки эффективной стратегии, решения поставленных задач основанных на результатах анализа, применяемые для этого методики должны сочетаться с другими направлениями анализа (производственным, маркетинговым анализом), что дает больше возможностей для получения достоверной оценки перспектив развития организации.

Список используемых источников:

1. Бердникова, Л.Ф. Стратегический анализ финансового состояния организации: сущность и методика [Текст] / Л.Ф. Бердникова // Карельский научный журнал. – 2014. – № 3. – С. 43–45.

2. Гарнов, А.П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник [Текст] / Под ред. д.э.н., профессора А.П. Гарнова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 366 с.

3. Любушин, Н.П. Экономический анализ [Текст] / Любушин Н.П. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 441 с.

4. Поляк, Г.Б. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата[Текст] / под ред. Г.Б. Полякова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 456 с.
5. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие[Текст] / Г.В. Савицкая. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 284 с.
6. Шеремет, А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник [Текст] / А.Д. Шеремет. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 374 с.

УДК 65.011.4

Машкин М.А.

Российский институт театрального искусства –ГИТИС (г. Москва)

СТАТИСТИКА НЕКОТОРЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ

***Аннотация.** Финансовые результаты деятельности характеризуются суммой полученной предприятием прибыли, которая является основным источником финансирования прироста имущества, обновления и расширения производства, удовлетворения социальных и материальных потребностей учредителей и работников, а также важнейшим источником формирования доходной части бюджетов разных уровней. В статье рассмотрены и проанализированы особенности формирования и анализа финансовых результатов учреждений исполнительских искусств с учетом специфики бюджетного финансирования.*

***Ключевые слова:** прибыль; финансовые результаты; субсидии; статистика; хозяйственная деятельность; финансовая устойчивость; платежеспособность.*

Mashkin M. A.

The Russian institute of theater – GITIS (Moscow)

STATISTICS OF SOME FINANCIAL RESULTS OF ECONOMIC ACTIVITY OF ESTABLISHMENTS OF PERFORMING ARTS

***Abstract.** Financial results of activity are characterized by the sum of the profit got by the enterprise which is the main source of financing of a gain of property, updatings and expansions of production, satisfaction of social and material needs of founders and workers, and also the most important source of formation of revenues of budgets of different levels. In article features of formation and the analysis of financial results of establishments of performing arts taking into account specifics of the budgetary financing are considered and analysed.*

***Keywords:** profit; financial results; subsidies; statistics; economic activity; financial stability; solvency.*

Финансовые результаты хозяйственной деятельности в любом сегменте экономики характеризуют процессы образования, распределения и использования капитала на предприятиях (организациях), между предприятиями, между предприятиями и банками, государственными бюджетными и внебюджетными фондами.

При этом важнейшими показателями являются доходы, прибыль и уровень рентабельности.

Базовыми задачи статистики финансовых результатов хозяйственной деятельности традиционно являются:

- определение показателей финансового состояния хозяйственной деятельности;
- расчет показателей дохода, прибыли и рентабельности;
- изучение структуры прибыли и факторов ее формирования;
- характеристика дебиторской и кредиторской задолженности;
- оценка финансовой устойчивости и платежеспособности предприятий и прочее [2, с. 132; 3, с. 80].

При этом, в данной статье, акцентируется внимание только на одной группе показателей, связанных с бюджетным финансированием учреждений исполнительских искусств.

С вступлением в силу 83-го Федерального закона [1], предусматривается финансирование театров в зависимости от эффективности их работы, которая будет определяться по единым нормативам.

В настоящее время этот закон работает не в полную меру, а театры продолжают финансироваться по прежней схеме, которую можно кратко описать следующей схемой. Театры федерального и муниципального подчинения могут получать деньги от государства тремя разными способами: через субсидии на выполнение госзадания (основной способ), получив президентский/губернаторский грант или заключив госконтракт на выполнение каких-либо работ или предоставление услуг на конкурсной основе [4, с. 190].

Гранты и госконтракты носят случайный характер, и соответственно самым распространенным способом можно считать получение субсидий из бюджета. Как показывает статистика, общий размер всех видов государственных субсидий в совокупном объеме доходов составляет примерно 75% в среднем по всем учреждениям [6].

В статье автор использует данные, представленные на «Официальном портале для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях» [5].

Для анализа работы театров необходимы данные, представленные в документе «Информация о результатах деятельности и об использовании имущества»: в этой форме отчетности, в частности, есть подробные таблицы по статьям расходов и доходов, включая поступления из бюджетов разного уровня.

Ниже (таблица 1) представлена информация по некоторым театрам РФ. Из представленных данных следует, что в большинстве театров объем бюджетного финансирования варьируется в пределах от 40 до 90%.

Таблица 1. Объем субсидий бюджетов различных уровней театрам РФ (2016 год) [5]

Наименование учреждения исполнительских искусств	Сумма дохода, млн руб.	Коммерческий доход, млн руб.	Объем субсидий, %
Большой театр, Москва	7823	3104	60,3
Михайловский театр, С-Петербург	1868	604	67,7
Театр эстрады, Москва	557	83	85,1
Театр им. Е. Вахтангова, Москва	1075	650	39,5
МХТ им. Чехова, Москва	1157	524	54,7
Театр киноактера, Москва	319	22	93,1

Аналогичная ситуация наблюдается и в Европе. Исследовательский портал [7] опубликовал исследование основных экономических показателей крупных европейских театров. Данные были собраны из ежегодных отчетов, публикуемых оперными театрами, а также из пресс-релизов. В некоторых из источников данных отсутствовали подробности, а в целом необходимо подчеркнуть то, что в некоторых странах (в частности, во Франции) театры склонны предоставлять более подробные сведения о финансах, тогда как в случае с театрами Германии подробности о финансировании получить сложно.

Общий бюджет четырнадцати 14 выбранных театров составляет около 1,2 млрд евро. Он распределяется следующим образом: 51% государственных субсидий (государственные и местные органы власти) и 49% собственных доходов или частных субсидий (самофинансирование).

Самофинансирование определяется как отношение всех доходов, за исключением государственных субсидий, к общему бюджету.

Последние распределяются следующим образом: 28% дохода от продажи билетов, 9% от спонсоров и меценатов и 12% от других доходов (продажа программ и буклетов, мерчандайзинг и т.п.).

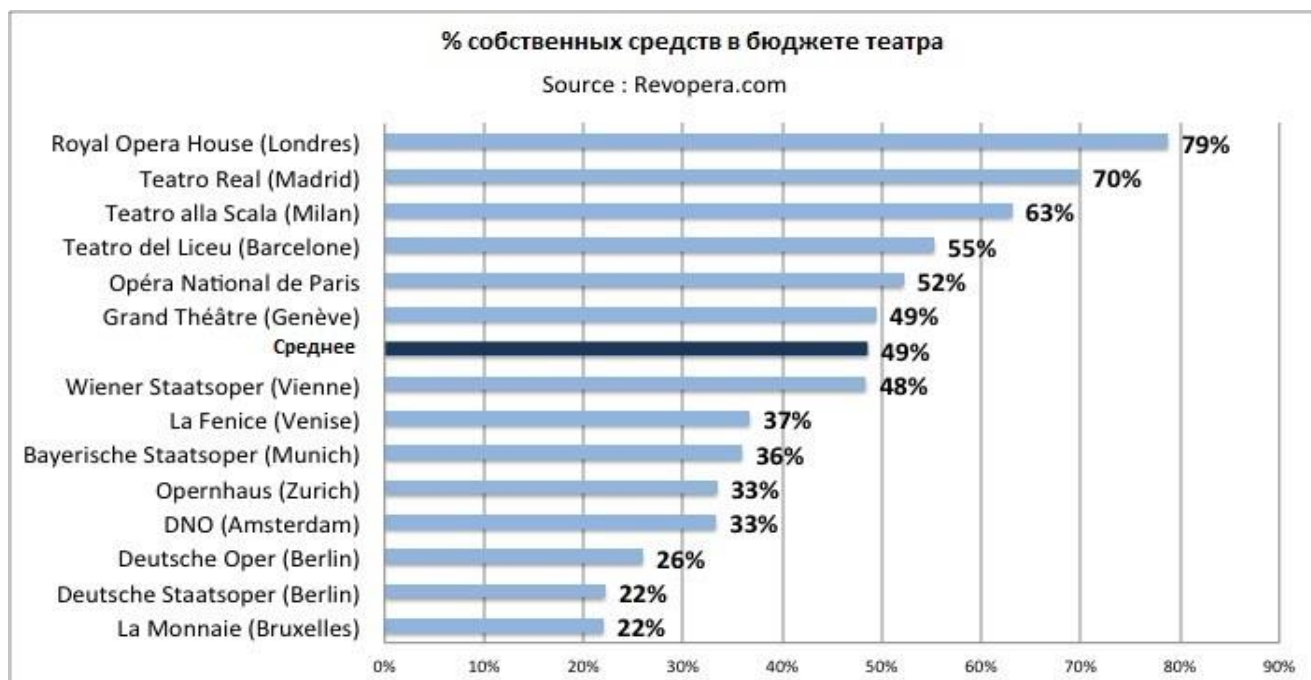


Рисунок 1. Процент собственных средств в бюджетах театров [7]

В зависимости от страны процент собственных средств в бюджетах театров сильно отличается. В среднем в бюджетах театров собственные средства составляют 49%, и колеблются от 22% (Брюссель) до 79% (Лондон).

В Германии, Австрии и Бенилюксе государственные субсидии для театров остаются на высоком уровне, несмотря на экономический кризис. Процент собственных средств в бюджетах этих театров остается низким, и сравним с уровнем региональных театров Франции: например, в бюджете Лионской оперы собственные средства составляют всего 20%.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 08.05.2010 №83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» // Правовая справочно-информационная система «Гарант».
2. Жидкова, М.А. Влияние структуры оборотного капитала на уровень платежеспособности предприятия [Текст] / М.А. Жидкова, И.И. Кокорева // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2012. – № 2. – С. 131-133.
3. Жидкова, М.А. Финансовые риски предприятия: методы оценки и основы управления [Текст] / М.А. Жидкова, А.М. Стекольников, Д.А. Аляутдинова // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. Материалы межвузовской научно-практической конференции магистрантов. – 2017. – С. 79-84.
4. Шпилькина, Т.А., Жидкова, М.А., Политковская, И.В., Казицкая, Н.В., Рыбьякова, О.И. Роль цифровых технологий в стратегии развития страны – 2024 [Текст] / Т.А. Шпилькина, М.А. Жидкова, И.В. Политковская, Н.В. Казицкая, О.И. Рыбьякова // СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ, НАУКЕ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ: XI Международная конференция, IX Междунар. конкурс научных и научно-методич. работ: Сборник трудов / Ответ. редакторы и составители Т.В. Пирязева, В.В. Серов – М.: Изд-во «Спутник +», 2018. – С. 188–191
5. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.roskazna.ru/gis/ehlektronnyj-byudzhet/oficialnyj-sajt-gmu/>, свободный.

БРЕНД. ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ПРОИСХОЖДЕНИЕ

***Аннотация.** Статья затрагивает актуальную тему понятия «бренд». Рассматривается понятие бренда и история изучения данного вопроса. Раскрывается сущность термина бренд.*

***Ключевые слова:** бренд, брэнд, понятие бренд, маркетинг.*

Menyailo J. S.

Financial University (Omsk)

BRAND CONCEPT, ESSENCE AND ORIGIN

***Abstract.** The article touches the actual topic of the concept of "brand". The concept of the brand and the history of the study of this issue are considered. The essence of the term brand is revealed.*

***Keywords:** brand, brand, brand concept, marketing.*

Каждый товар, подобно человеку имеет свое особенное лицо. Оно позволяет достичь успеха на рынке или способствовать полному провалу. Лицо, или внешняя оболочка товара это уникальный образ, который формируется в сознании потребителя в результате использования множества инструментов, в том числе названия, упаковки, рекламы. Все то, что определяет продукт как единое целое, превращает его в бренд.

Сегодня успех компании во многом зависит от ее бренда. Таким образом, формирование и управление брендом становится одной из наиболее значимых задач.

Первое появление бренда можно связать еще с Древним Египтом. Именно в эти времена ремесленники начали ставить на сделанные ими кирпичи свое тавро. Помимо этого есть задокументированные свидетельства о появлении определенных отметок, «брендинга» на римских и греческих светильниках, фарфоре из Китая. По мнению некоторых ученых бренды появились еще раньше, в 1300 году до нашей эры в Индии у производителей и розничных торговцев.

Брендинг и его инструменты активно развивались и в Средние века, когда происходил активный рост конкуренции производителей. Из-за значительного роста населения, на одной территории торговали больше одного плотника, кузнеца, ткача и т.д. Таким образом, ремесленники начали помечать свои продукты определенным знаком. И до сих пор, прогуливаясь где-нибудь по Роттенбургу или Зальцбургу в исторических центрах можно увидеть подлинные кованые знаки, те самые «инструменты брендинга».

А в 1266 году в Англии официально начали требовать от пекарей «брендирование» своих буханок хлеба. Процесс отметки логотипом каждого продукта – стандартизация выпекаемой продукции в соответствии с определенным законодательством весом каждой буханки.

До этой строчки слово «бренд» было упомянуто уже 20 раз без каких-либо сносок и пометок, как будто и так понятно как именно следует писать это слово. При этом никто и не сказал, что это так. На просторах Интернета, в различной литературе, посвященной бренду и не только, встречается написание, как «бренд», так и «брэнд». Слово «бренд», и все его производные, в том числе «брендинг», еще не зафиксированы общеязыковыми словарями русского языка, из-за постоянных неоднозначных переводов иностранных терминов и понятий.

Если углубляться в правила английского произношения, то в слове [braend] звук [ae] соответствует в русском языке – «э». Тем не менее, есть примеры слов-аналогов, которые ассимилировались и пишутся сегодня через букву е. Например landlord – лендлорд, land-lease, – лендлиз, brandy – бренди, и другие.

Смысл данного рассуждения заключается вовсе не в борьбе за правильность написания или чистоту языка. Нет, он в том, чтобы показать какая неоднозначная и достаточно спорная ситуация сложилась вокруг «бренда». Казалось бы, это слово и понятие появилось уже давно, и на сегодняшний день уже несчитанное множество работ написано по этой проблематике, однако количество спорных моментов не кончается. Вопросы с каждым днем растут и растут.

Западный мир не задается вопросом правильного написания термина, но, тем не менее, оживленные споры вокруг определения «brand», его признаков, концепций и свойств не утихают, а становятся все оживленней и разнообразней.

Целью данной работы не является изложение истории возникновения бренда, проведение анализа всех существующих на сегодняшний день теорий брендинга. Автор делает лишь попытку представить свой взгляд на этот неоднозначный продукт «Новой экономики» и сформулировать определение слову «бренд».

С момента появления первого «брендированного» товара в современном понимании этого слова прошло уже больше 120 лет (многими признан первый товар с брендом – мыло «Ivory» от компании «Procter&Gamble»), но единого мнения о том, что такое бренд до сих пор не появилось.

Сегодня в законодательстве не закреплено определение бренда, и поэтому каждый автор вправе сам интерпретировать этот термин на свое усмотрение. И необходимо сказать, что этим пользуется очень много различных авторов учебников и научной литературы, не отстают и менеджеры компаний, предоставляющие услуги в сфере маркетинга. Что в свою очередь значительно усложняет оперирование понятием бренд, его свойствами, характеристиками и оценкой стоимости.

Вариантов термина «бренд» на сегодняшний день существует огромное количество, а новые концепции продолжают расти с каждым днем.

В переводе с английского, бренд – тавро, раскаленное железо, головешка, фабричная марка, которая идентифицирует товар. Сегодня значение слова «бренд» достаточно изменилось. Основатель рекламных агентств «Ogilvy & Mather Дэвид Огилви под брендом понимает неосознанную сумму свойств продукта, в которые включаются упаковка, история, цена, репутация, имя и способ продвижения. Бренд представляет собой и результат впечатления, которое он производит на потребителей, и результат опыта этих потребителей на использование продукции данного бренда.

Еще один представитель сферы маркетинга и рекламы Чарльз Браймер отмечал, что бренд это определенная торговая марка, которая «впитала» в себя определенный набор ценностей и атрибутов. Кроме того, в отличие от товара, бренд создается исключительно в сознании потребителей, а не производителем.

Дэвид Д'Алессандро в своей книге «Война брендов» пишет, что бренд – это то, что приходит в голову покупателю по отношению к продукту, когда он слышит его название или видит логотип. «Бренд – это больше, чем реклама или маркетинг».

Дэвид Аакер определил бренд как особый символ или название, которые позволяют идентифицировать продукт определенного производителя и отличить его от других товаров-конкурентов.

Бренд это своеобразное обещание потенциальному покупателю. Каждый раз, когда потребитель приходит в магазин за брендированным товаром, он хочет получить подтверждение ранее сделанного обещания.

Термины «бренд» и «торговая марка» часто путают между собой, подменяя понятия или отождествляя их. Тем не менее, это два разных понятия, которые лишь по некоторым свойствам схожи между собой. Понятие «торговая марка» появилось в русском языке очень давно, и было закреплено законодательно в 1936 году. Однако на сегодняшний день он изъят из статей закона.

Торговая марка – понятие, устоявшееся в Европе и США, происходящее от «trade mark», применительно к России представляет собой зарегистрированное обозначение в виде рисунка, слова, комбинации слова и рисунка, принадлежащее компании. Несмотря на то, что основной документ, регулирующий исключительные права, оперирует понятием «товарный знак» вместо

понятия «торговая марка», в некоторых нормативных документах РФ понятие «торговая марка» все-таки встречается. Так, подпункт 4 пункта ст. 148 Налогового Кодекса РФ (далее – НК РФ) называет торговую марку в перечне среди патентов, лицензий, авторских и иных прав. В остальных случаях «торговая марка» как юридическое понятие упоминается только в постановлениях Федеральной Антимонопольной Службы России применительно к маркам зарубежных производителей и в правовых документах, которые носят международный характер.

Что касается термина «торговый знак», то это четко сформулированное и определенное законодательством Российской Федерации понятие. Согласно статье 1477 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) «На товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак (статья 1481)». В качестве товарных знаков могут быть использованы различные словесные обозначения и изображения, а также их все возможные комбинации.

Необходимо упомянуть, что помимо всего прочего бренд сигнализирует потребителю о происхождении продукта, защищает производителя и покупателя от недобросовестных конкурентов, которые пытаются представлять на рынке продукты под видом брендированных.

Бренд это некий договор между покупателем и компанией производителем. Так, самый яркий носитель бренда компания The Coca-Cola Company обещает своим потребителем, что в обмен на конкретную сумму денег, они получают напиток с отличительными и конкретными характеристиками: консистенция, вкус, вид, насыщенность, упаковка. Важно сказать, что чем больше отличительных элементов имеет бренд, тем лучше для компании. Так как это повышает уровень удовлетворенности потенциального потребителя от покупки товара, дает преимущество над товарами-конкурентами и возможность устанавливать большую цену за свой продукт.

Таким образом, в ходе исследования и анализа понятий «бренд» и «товарный знак», можно сделать вывод, что «бренд» является более емким термином. Это обусловлено, во-первых, тем, что товарный знак согласно п. 1 ст. 1477 ч. 4 ГК РФ является только обозначением для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей и оформление исключительных прав на него не создает для субъекта предпринимательства существенных конкурентных преимуществ. Во-вторых, товарный знак имеет дату регистрации, в то время как бренд создается на протяжении достаточно длительного периода времени. В-третьих, в развитие бренда вкладываются значительные средства на протяжении всего периода его использования, тогда как на регистрацию товарного знака следует единовременно затратить сравнительно незначительную сумму средств.

В России концепция бренда и все, что с ним связано начала активно развиваться чуть менее 20 лет. Основной причиной позднего развития является отсутствие конкуренции на рынке в советское время. Российский рынок начали заполнять зарубежные производители только в середине 1990-х, вследствие чего спрос на товары отечественных производителей стал резко падать. Зарубежные товары, которые так долго были не доступны для большинства населения, в один миг стали продаваться почти в каждом магазине. Мальчики мечтали об игровой приставке от фирмы Panasonic, а девочки о популярной кукле-красавице Barbie. Каждый хотел иметь модный костюм Adidas. Отечественные производители понимали, что конкуренция на рынке становится все серьезней и серьезней, и стали предпринимать попытки создания своих собственных брендов. Эти попытки зачастую были не совсем удачными, и к концу девяностых годов 20 века рынок стал перенасыщен новоявленными псевдобрендами типа Adibas, Panasound, Akaiwa или Greebok. Потребитель вновь стал интересоваться товарами отечественного производства. Среди первых российских потребительских брендов того времени были, например, Довгань и Вимм-Билль-Данн. Кроме того, многие традиционные советские марки, особенно продукты питания, также стали восприниматься как настоящие «бренды», хотя сознательно их брендингом на тот момент еще никто не занимался.

Бренд — «это убедительное обещание качества, обслуживания и ценности на длительный период, которое подтверждается испытанием продукта, повторными покупками и удовлетворением от использования»⁴. Именно в этом и есть главное отличие бренда от торговой марки,

которая является лишь носителем набора ценностей для потребителя. Задача компании в современных условиях заключается в организации процесса преобразования торговой марки в бренд.

Как было сказано ранее, понятие «бренд» не закреплено законодательством Российской Федерации, а соответственно не может являться объектом гражданских прав. Следовательно, с точки зрения профессиональной оценочной деятельности не может выступать в качестве объекта оценки.

Таким образом, необходимо сформулировать единое понятие бренда, с целью узаконивания данного термина. В целом бренд можно определить как комплекс визуальных, смысловых и ценностных характеристик, придающих ему дополнительную социальную и коммерческую ценность. В более широком и свободном понимании бренд включает сам товар или услугу со всеми их параметрами, набором характеристик, ожиданий, ассоциаций, воспринимаемых пользователем и приписываемых им товару, а также обещания каких-либо преимуществ, данные владельцами бренда потребителям.

Список используемых источников:

1. Быстрова, О.Ю. Брендинг: учеб. пособие [Текст]/О.Ю. Быстрова. – Костромской государственный университет, 2017.– 48 с.
 2. Карпова, С.В. Брендинг: учебник и практикум [Текст] / С.В. Карпова, И.К. Захаренко.– М.: Юрайт, 2017. – 439 с.
- Казанцев, К.Ю. Место бренда в структуре нематериальных активов предприятия [Текст] / К.Ю. Казанцев // Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения Российской академии наук, Интеэкспо Гео-Сибирь. – 2013. – С. 62-66.

УДК 331.108.2

Меньшикова А.О., Саликова О.А.
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Омск)

ДОСТОВЕРНОСТЬ СУЩЕСТВОВАНИЯ СТЕРЕОТИПА О НЕВОЗМОЖНОСТИ ЖЕНЩИНЫ НА МЕСТЕ РУКОВОДИТЕЛЯ

Аннотация. В статье раскрывается вопрос достоверности существования стереотипа о том, что эффективными управленцами могут быть только мужчины. А также, рассматривается статистическое положение дел в стране и отношение студентов к данной проблеме.

Ключевые слова: женщина-руководитель, гендер, стереотип, руководитель.

Menshikova A.O., Salikova O.A.
Financial University (Omsk)

CONFIDENCE OF THE EXISTENCE OF A STEREOTYPE ABOUT THE IMPOSSIBILITY OF A WOMAN ON THE PLACE OF A HEAD

Abstract. The article reveals the question of the credibility of the stereotype that only men can be effective managers. And also, the statistical situation in the country and the attitude of students to this problem are considered.

Keywords: female leader, gender, stereotype, leader.

Когда мы представляем себе идеального руководителя, то чаще всего мы видим там именно мужчину. Именно он обладает той силой, выносливостью и хваткой, которая необходима для такой работы. Женщину же привыкли считать слабым полом, которая не способна справиться с такой тяжелой работой. И молодые девушки часто сталкиваются с высказываниями, что: «Руководить могут только мужчины. Топ-менеджерами могут стать только мужчины, они имеют

логический склад ума и более выносливые. Женщине не стоит лезть к власти, она не рождена для этого». Подобные фразы можно услышать как в повседневной жизни, так и в учебном и в рабочем процессах. Необходимо выяснить, насколько в действительности функционирует стереотип о том, что руководить могут только мужчины.

Для начала стоит разобраться с понятием руководитель, его особенностями и функциями. Руководители — это категория работников, которые вправе принимать решения по управленческим вопросам с целью обеспечения эффективной работы компании. Люди, занимающие высокие должности должны иметь ряд личностных и профессиональных качеств, которые помогут им продвинуться в своем деле, а также принесут пользу местам, где они работают. Согласно данным статистики за 2018 год, в Российской Федерации топ-менеджеры мужчины составляют 59% от общего числа высшего менеджмента, что говорит о том, что количество женщин-управленцев стремится к половине. Это объясняется тем, что в настоящий момент условия труда меняются, в центре внимания теперь «умная экономика», которая генерирует множество идей и инноваций — все это влияет на то, как относятся к женщинам, продвигающимся по карьерной лестнице. Раньше считалось, что если ты хочешь сделать карьеру, то руководить нужно более властно, по-мужски. Чтобы получить должность, приходилось вести себя, как мужчина. Сейчас люди начали понимать, что к сотрудникам нельзя относиться, как к дешевой рабочей силе, и что их таланты нужно подпитывать. Такое внимательное отношение уходит корнями к материнской заботе и главенству в семье. Женщины «скрывают свою власть», а мужчины постоянно стремятся ее показать — причем даже тогда, когда ей не обладают [1]. В этом мы наблюдаем главное отличие в стилях руководства мужчины и женщины. Из-за свойственной женщинам коммуникабельности им легче найти общий язык с подчиненными, которых они вовлекают к участию в управлении организацией. Также в отличие от мужчин женщины не склонны жестко просчитывать каждый шаг и поэтому в случае с непредвиденными обстоятельствами с легкостью меняют стратегию поведения. Женщины-руководители наравне с мужчинами способны мотивировать подчиненных на сверх достижения [3]. Этот стиль руководства характеризуется чаще всего как демократический. Работники видят, что руководство доверяет им, и в результате возрастает преданность подчиненных делу. Мужчины же чаще придерживаются авторитарного стиля руководства. Однако это не отменяет тот факт, что женщины не могут руководить авторитарно, а мужчины демократично. Но несмотря на все вышесказанное, независимо от гендерной принадлежности, руководитель должен обладать двумя качествами — сотрудничеством и поощрением.

Согласно статистике, по данным Forbs за 2015 год, женщины-управленцы занимают 47% от всех руководящих должностей в России. В мировом рейтинге женщин-управленцев Россия заняла 1 место. Второе и третье место заняли Филиппины (39%) и Индонезия (36%) соответственно. К несчастью, уже в 2018 году, Россия «съехала» в данном рейтинге на третье место (с показателем в 41%), уступая позиции Филиппинам (46%) и Индонезии (42%). На самом деле, достичь таких высоких показателей в области женского управления России помогла ее историческая особенность. В СССР отношение к мужчинам и женщинам не делилось по гендерному признаку и считалось равным. В советское время женщины активно шли в те сферы экономики, которые тогда считались не особенно престижными, перспективными и значимыми. В заводском руководстве при СССР женщины в основном были представлены на уровне главных бухгалтеров и плановиков. Важным фактором является то, что после перестройки ключевыми профессиями стали экономист и финансист, ранее считавшиеся непрестижными, на которые в большинстве своем пошли учиться женщины, поэтому именно они изначально и заняли руководящие должности. В выдвижении женщин на руководящие посты уже в постсоветское время было принято считать, что они меньше склонны к коррупции, не будут воровать так, как мужчины-управленцы. Женщин воспринимают как более лояльных менеджеров, способных найти общий язык с любым работником.

Последние исследования показали, что когда в экономику на равных включены как мужчины, так и женщины, то это приводит к раскрытию потенциала каждого индивидуума, что, в конечном счете, идет на пользу всем.

Целью исследования является попытка выяснить приверженность стереотипного мышления о руководителях среди студентов. В связи с этим, поставлены задачи:

- Осуществить социологическое эмпирическое исследование в форме анкетирования по заданной проблеме;
- Представить полученные эмпирические данные и сделать необходимые выводы по исследуемой теме [2].

Эмпирическая база исследования: респондентами стали студенты очной формы обучения омских вузов: Финансового университета при Правительстве Российской Федерации и Государственного технического университета в возрастном диапазоне от 17 до 21 года. Всего в опросе приняли участие 127 респондентов. В опросе приняли участие 39% студентов и 61% студенток.

Так, на вопрос «Как вы считаете, кто лучше справится с должностью руководителя – мужчина или женщина?» 34,15% опрошенных ответили, что мужчина; 4,88% выбрали ответ «женщина», и 65,85% респондентов, что в половину больше предыдущих ответов, указали оба варианта. На этом основании можно сделать вывод, что больше половины опрошенных считает, что гендерная принадлежность не имеет никакого значения в высшем менеджменте.

Также респондентам был задан вопрос об их мнении о личностных качествах каждого из полов, которые определяют успешность их работы в должности руководителя. Так, для мужчин были выделены следующие характеристики:

- эмоциональная стабильность;
- харизма;
- стрессоустойчивость;
- жесткость, строгость и властность;
- рациональность и обдуманность;
- четкий контроль ситуаций.

Согласно общепринятому мнению, эти качества присущи мужчинам. Именно они отличают стиль управления мужчины от женщины.

Женщинам же свойственны абсолютно противоположные характеристики, такие как:

- ответственность;
- терпеливость;
- интуитивность;
- коммуникация;
- рассудительность и мудрость;
- системный подход к выбору персонала;
- лояльность.

Интересно отметить, что при выборе определяющих качеств для лидерства у мужчин и у женщин, среди всех ответов респондентов не было таких подобранных качеств, которые повторялись бы и у мужчин, и у женщин. Иными словами, в результате опроса, выяснилось, что, по мнению опрошенных, мужчины и женщины обладают разными качествами, не принадлежащими в общем случае противоположному полу, но приводящими их к лидерству.

Таким образом, в результате исследования, сделан вывод, что стереотип «женщина не может быть руководителем» изжил себя как таковой. Это доказывают как статистические данные о женщинах на руководящих должностях, так и результаты опроса респондентов. Нынешние студенты, как представители нового поколения работников, в большинстве своем, не дифференцируют руководителей по гендерному признаку, а лишь отмечают, что у каждого из полов есть свои преимущества для управленческой должности.

Данные проведенного исследования подтверждают, что сейчас важнейшим аргументом для работы руководителем является не гендерное превосходство, а знания и навыки работника, его опыт и умение принимать управленческие решения. Ключевым фактом является то, что, согласно статистике, больше всего женщин – управленцев в сфере финансового менеджмент – 53% от общего числа. Что еще раз подтверждает то, что стереотип о том, что женщина не может быть руководителем себя изжил.

Список используемых источников:

1. Артемьев, М. Исторический феминизм. Почему в России так много женщин руководителей? [Электронный ресурс] / М. Артемьев. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/forbes-woman/358537-istoricheskiy-feminizm-pochemu-v-rossii-tak-mnogo-zhenshchin-rukovoditeley>, свободный.
2. Елкина, В. Как женщины руководители влияют на бизнес [Электронный ресурс] / В. Елкина. – Режим доступа: <https://rb.ru/story/women-in-leadership/>, свободный.
3. Козлова, А. В шефы- только девушки: Россия заняла первое место по числу женщин-руководителей [Электронный ресурс] / А. Козлова. – Режим доступа: <https://www.omsk.kp.ru/daily/26711/3737152/>, свободный.

УДК: 339.138

Молдатаева А.Х., Тленова З.

Финансовый Университет при Правительстве РФ (Омск)

ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАМ

***Аннотация.** В статье представлены основные факторы, влияющие на поведение потребителей в интернет-магазинах. Краткая характеристика выделенных факторов и представлены результаты опроса студентов Финансового Университета.*

***Ключевые слова:** интернет-магазины, потребительское отношение, потребительское поведение, интернет, факторы.*

Moldataeva A.H., Tlenova Z.

Financial University (Omsk)

CONSUMER ONLINE SHOPPING ATTITUDES AND BEHAVIORS

***Abstract.** The article presents the main factors affecting the behavior of consumers in online shopping. Brief description of the selected factors and the results of a survey of students of the Financial University.*

***Keywords:** online shopping, consumer attitude, consumer behavior, Internet, factors.*

В связи с бурным развитием интернета в настоящее время стала популярна электронная торговля. Согласно исследованиям РБК, онлайн-покупки занимают третье место среди самых популярных операций, следуя сразу после пользования электронной почтой и просмотра веб-страниц. Это также популярнее поиска новостей и различной информации. На рис.1 представлены популярные категории товаров среди онлайн-покупок.

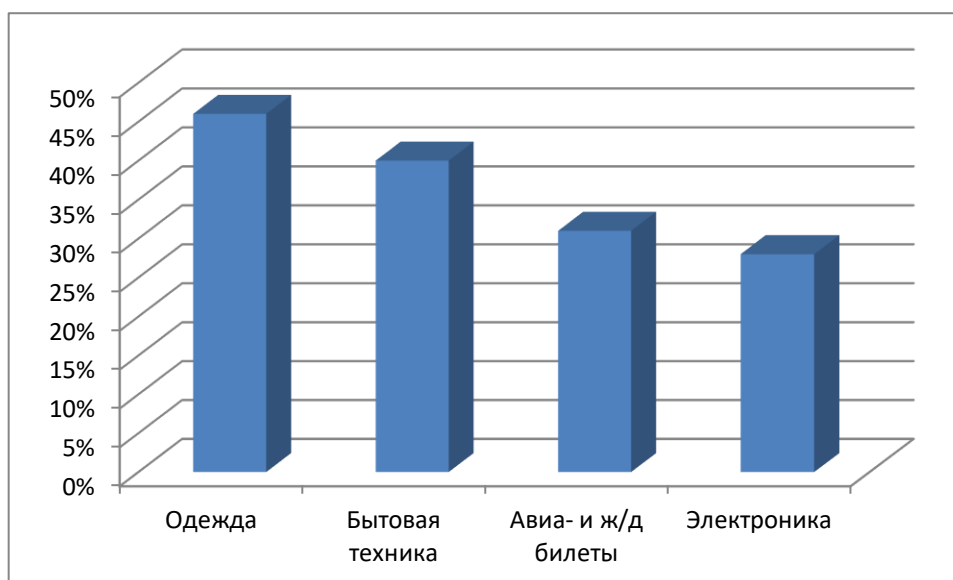


Рисунок 1. Популярные категории товаров среди онлайн-покупок

Так, в 2017 году 72% россиян покупали товары через интернет. Самые популярные категории товаров для покупок в Интернете – это одежда (46% опрошенных), бытовая техника (40%), авиа- и ж/д билеты (31%) и электроника (28%). Одежду через Интернет чаще всего покупают женщины, а также молодые люди 18-24 лет, бытовую технику – респонденты 25-34 лет, электронику – мужчины, а также россияне в возрасте от 35 до 44 лет. Продукты питания онлайн приобретают 6% интернет-покупателей.

Потребительское поведение в интернете – это процесс приобретения продуктов или услуг через интернет, который состоит из 5 шагов, схожих с традиционным потребительским поведением [1]. В обычном процессе совершения онлайн-покупок, когда потенциальные потребители распознают нужду в товаре или услуге, они начинают активный поиск соответствующей информации в интернете. Затем они оценивают альтернативы и выбирают ту, которая наилучшим образом соответствует их критериям для удовлетворения потребностей. Наконец, проводится сделка и предоставляются постпродажные услуги.

В последние годы поведение потребителей в интернете подвергается интенсивному изучению. Наше исследование направлено на определение факторов, влияющих на отношения и поведение потребителей внутри процессов онлайн-покупок. Проведя опрос среди студентов Финансового Университета, можно предположить, что существует положительная взаимосвязь между поведением потребителей и пятью категориями факторов, к которым относятся логистическое обеспечение магазина, характеристики товара, технические характеристики сайтов, информационные характеристики и интернет-страница.

Также некоторые студенты предположили, что:

- люди, которые более ограничены во времени, как правило, покупают онлайн чаще;
- более высокое доверие потребителей также снижает риски, связанные с покупками через Интернет, и формирует более благоприятное отношение к покупкам в конкретном магазине, что, в свою очередь, повышает готовность покупать в этом магазине.

На основе проведенного опроса мы выделяем в общей сложности десять взаимосвязанных факторов: внешняя среда, демографические данные, личные характеристики, характеристики поставщика/услуги/продукта, качественный сайт, отношение к интернет-магазинам, намерение делать покупки в интернете, принятие решений, приобретение в режиме онлайн, удовлетворенность потребителя.

Пять из них (внешняя среда, демографические показатели, личностные особенности, характеристики поставщика/услуги/продукта, и качественный сайт) считаются независимыми, а другие пять (отношение к интернет-магазинам, намерение делать покупки онлайн, принятие решения, приобретение в режиме онлайн, и удовлетворение потребителя) – зависимыми.

Представленные факторы можно продемонстрировать в виде следующей модели с установленными взаимосвязями (рис.2):

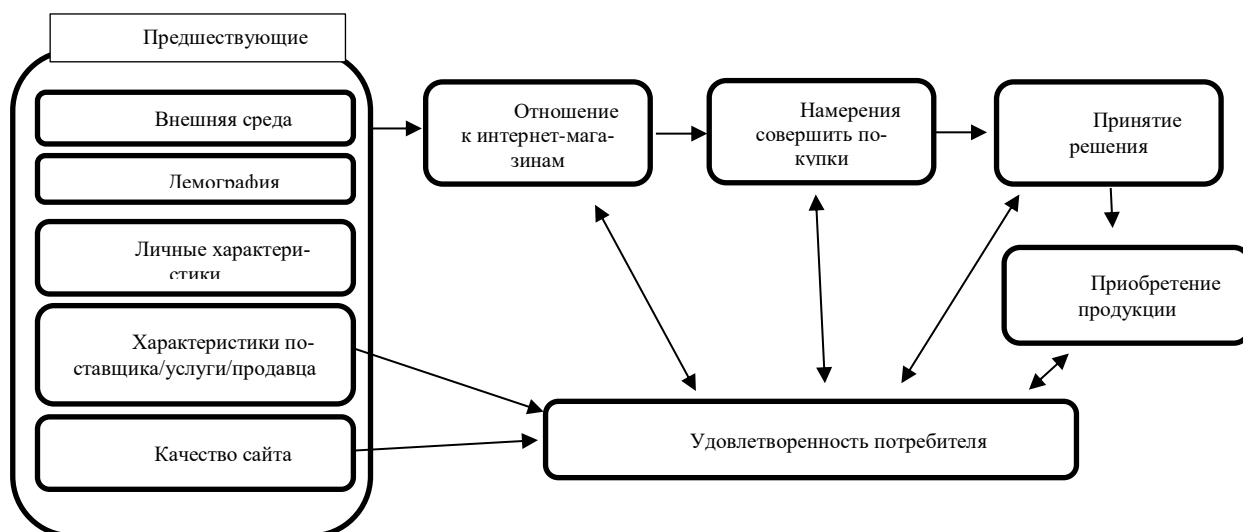


Рисунок 2. Модель отношений и поведения потребителей в интернет-магазинах

Факторы, определенные в качестве предшественников, обычно являются независимыми переменными. Эти пять факторов напрямую определяют отношение к интернет-магазинам.

Изображенные отношения между отношением к интернет-магазинам, намерением совершить покупки, принятием решений и непосредственно приобретением оказывают прямое влияние на поведение потребителя. Отдельным фактором в данном исследовании рассматривается удовлетворенность потребителей. Это может происходить на всех возможных этапах в зависимости от вовлеченности потребителей в процесс онлайн-покупок. Отношения между зависимыми факторами предлагаются как двусторонние отношения из-за взаимных влияний друг на друга. Кроме того, было установлено, что два из предшествующих факторов - характеристики поставщиков/услуг/продуктов и качество сайта – так же оказывают непосредственное влияние на удовлетворенность потребителей.

Рассмотрим каждый фактор по отдельности.

1. Внешняя среда.

К внешней среде относят факторы, которые влияют на взгляды и поведение потребителей извне. Она включает в себя три измерения. Во-первых, это существующая правовая база, которая защищает потребителей от любых потерь в онлайн-транзакциях. Вторая наличие третьей стороны, в рамках которой многие сертификационные органы работают над обеспечением надежности онлайн-поставщиков. Эти два фактора связаны с доверительным отношением потребителей к интернет-магазинам. Третий фактор – это количество конкурентов, которое можно определить как количество интернет-магазинов, предоставляющих одни и те же услуги и товары.

2. Демография.

Демографические показатели включают такие переменные, как возраст, пол, уровень образования, доход и время в сети. Демографические данные играют важную роль в определении того, используют ли люди Интернет. Однако после того как, люди начинают пользоваться интернетом, демография не считается ключевым фактором, влияющим на решения о покупках. Демографические данные не являются значимыми факторами при определении того, какой магазин выбрать или сколько потратить, хотя мужчины и женщины, как правило, покупают различные типы продуктов или услуг. Таким образом, предполагается, что влияние демографии на поведение покупок в Интернете не является сильным.

3. Личные характеристики.

Данный фактор может быть определен как группа конкретных особенностей клиентов, которые могут влиять на их отношение к интернет-магазинам и поведение, такие как их знания касательно интернета, нужды и культурная среда. Существует предположение, что клиенты, которые чаще покупают онлайн, более ориентированы на удобство и опыт. Эти потребители считают удобство во время покупок самым важным фактором, потому что они ограничены во времени и не против покупать продукты, не прикасаясь к ним, если могут сэкономить время на этом. Потенциальные потребители часто не могут совершать покупки в интернете из-за своей заботы о безопасности. Однако воспринимаемый риск может быть снижен благодаря знаниям, навыкам и опыту работы в интернете.

Существует и другое мнение, что люди, для которых использование интернета – ежедневная рутина и часть образа жизни, совершают онлайн-покупки непроизвольно. Эти потребители используют интернет в качестве обычного инструмента для получения и отправки электронных писем, выполнения своей работы, чтения новостей, поиска информации. В данном случае покупки в интернете – одна из функций, которую они могут использовать.

4. Характеристики поставщика / услуги / продукта.

Установлено, что эти факторы оказывают существенное влияние на отношение и поведение покупателей. Они включают реальное существование магазина, местоположения, репутацию магазина, размер, надежность, количество “входов” в интернет-магазин, механизмы обеспечения безопасности (например, печати, гарантии) и отзывы. Кроме этого, исследователи изучают различные аспекты услуг, предоставляемых продавцами в процессе совершения онлайн-покупок: поддержка каналов связи, доступность продаж, надежность процесса покупки, своевременности заказов и услуг, время ожидания, наличие индивидуальных услуг, удобство возврата и возмещения, доставка (скорость, отслеживания и трассировки), затраты по сделке.

5. Качество сайта.

Было продемонстрировано, что различные факторы, связанные с качеством сайта магазина, значительно влияют на отношение и поведение потребителей. Привлекательно оформленный и верно функционирующий сайт способствует совершению большего числа сделок и гарантирует возвращение клиента. Некачественный сайт, соответственно, отталкивает потенциальных покупателей.

6. Отношение к интернет-магазинам.

Отношение потребителей повлияет на намерение совершать покупки в интернете и, в конечном счете, на то, будет ли совершена сделка.

Во-первых, это относится к принятию потребителями интернета в качестве торгового канала. Во-вторых, это отношение потребителей к конкретному интернет-магазину (т. е. в какой степени потребители считают покупки в этом магазине привлекательными). И, наконец, риск. Первый – это воспринимаемый риск, связанный с продуктом / услугой, который включает функциональные потери, финансовые потери, потерю времени, возможностей. Второй – риск конфиденциальности, безопасности и неповиновения.

7. Намерение делать покупки в интернете.

Обычно этот фактор измеряется готовностью потребителей покупать и возвращаться за дополнительными покупками. Последнее также способствует повышению лояльности клиентов. Намерение потребителей совершать покупки в интернете зависит от отношения людей к интернет-покупкам и влияет на принятие ими решений и покупательское поведение. Кроме того, существует взаимное влияние между намерением делать покупки в интернете и удовлетворенностью клиентов.

8. Принятие решений.

Фактор включает в себя поиск информации, сравнение альтернатив и выбор, результат которого напрямую влияет на покупательское поведение. Принятие решения о покупке осуществляется в двух этапах. Первоначально потребители, как правило, проверяют большой набор продуктов, чтобы определить продукты, отвечающие их потребностям. Затем они выполняют от-

носительные сравнения между продуктами на основе некоторых желаемых свойств и принимают решение о покупке. Существует множество способов обратить внимание покупателя на тот или иной продукт в магазине скрытыми манипуляциями.

9. Приобретение в режиме онлайн.

Многие исследования упоминают процесс покупки, к которым относят действия потребителей по размещению заказов и оплате (простота совершения сделки, механизм оплаты, риск). Это самый серьезный шаг в деятельности интернет-магазина. Фактор непосредственно связан с факторами личных характеристик, характеристиками поставщика / услуги / продукта, качеством сайта, отношением к интернет-магазинам, намерением делать покупки в интернете и принятием решений.

10. Удовлетворенность потребителя.

Ее можно определить как степень соответствия ожиданий потребителей с результатом. Еще до совершения покупок у большинства потребителей формируются ожидания по отношению к продукту, поставщику, сервису и т.д. Эти ожидания влияют на их отношение и намерения делать покупки в определенном интернет-магазине, и, следовательно, на их процессы принятия решений и покупательское поведение. Если ожидания оправдываются, клиенты достигают высокой степени удовлетворения.

На рис.3 представлены результаты опроса 35 студентов Финансового Университета. Опрос касался факторов, влияющие на поведение потребителей в интернет-магазинах.

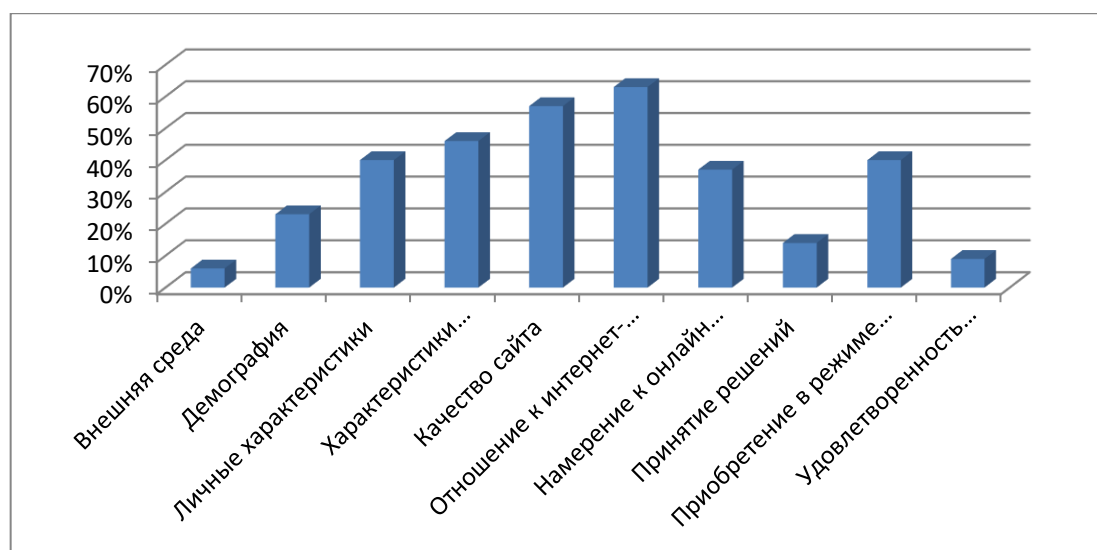


Рисунок 3. Факторы, влияющие на поведение потребителей в интернет-магазинах

Так, 63% опрошенных считают, что на поведение потребителей в интернет-магазинах влияет отношение к онлайн-покупкам, 57% считают, что это качество сайта, 46% считают, что на поведение влияют характеристики поставщика/услуги/продукта. И всего 6% студентов выбрали фактор «внешняя среда».

Прямым следствием этих выводов является то, что ориентация на более подходящие группы потребителей, улучшение качества продукции (услуг) и улучшение качества веб-сайта могут положительно повлиять на отношение и поведение потребителей, потенциально приводя к увеличению частоты первоначальных покупок и повторных покупок со стороны

Таким образом, удовлетворенность потребителей является ключевым фактором в интернет-шопинге. На удовлетворенность потребителей может повлиять любое количество факторов, включая характеристики поставщика/услуги/продукта, качество веб-сайта, отношение к интернет-магазинам, намерение совершать покупки в интернете, принятие решений о покупке в интернете и покупки в интернете. Что еще более важно, степень удовлетворенности клиентов напрямую связана с отношением к интернет-магазинам или к конкретным интернет-магазинам. Были выделены основные факторы, определяющие поведение потребителей в интернете, а также определены связи между ними и их влияние друг на друга соответственно.

Список используемых источников:

Басовский, Л.Е., Басовская Е.Н. Маркетинг: учеб. пособие [Текст] / Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. — 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 233 с.

УДК 336.64

Петрунькина В.С.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И МЕТОДИКА ИХ ОЦЕНКИ

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние факторов внешней среды на финансовую устойчивость. Предприятиям необходимо постоянно оценивать влияние различного рода факторов на его финансовую устойчивость. Своевременная оценка факторов, влияющих на финансовую устойчивость, позволяет оперативно принять комплекс мер для предотвращения негативных последствий.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, внутренние и внешние факторы, SWOT-анализ, PEST-анализ, TOWS-анализ.

Petrunkina V.S.

Financial University (Omsk)

THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL FACTORS ON THE FINANCIAL STABILITY OF COMPANIES AND THEIR EVALUATION METHODS

Abstract. This article discusses the impact of environmental factors on financial stability. Enterprises need to constantly assess the impact of various factors on its financial stability. Timely assessment of factors affecting financial stability allows to take a set of measures to prevent negative consequences.

Keywords: financial stability, internal and external factors, SWOT-analysis, PEST-analysis, TOWS- analysis.

Одной из важнейших характеристик финансового состояния предприятия является его финансовая устойчивость. Объясняется это нестабильной экономической ситуацией, постоянным присутствием факторов неопределенности, риска и стремлением менеджмента компаний обеспечить экономическую безопасность и стабильность функционирования своего предприятия. Финансово устойчивые компании представляют наибольший интерес для партнеров, поставщиков и клиентов.

Деятельность любой организации находится под влиянием комплекса разнообразных факторов внешней и внутренней среды. При этом среда организации – это совокупность активных субъектов и сил, с которыми организация взаимодействует в той или иной мере [2, с. 20]. Внутренняя среда организации включает такие переменные, ситуационные факторы (элементы) внутри организации, как цель и задачи, структура, технология, персонал и организационная культура. Иначе говоря, к первой группе относятся факторы, которые непосредственно связаны с технологическим процессом производства. В свою очередь, внешняя среда представляет собой совокупность активных хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных факторов и условий, национальных и межгосударственных, институциональных структур и других внешних условий и факторов, действующих в окружении организации и оказывающих влияние на результаты её деятельности.

Круг факторов внешней среды, влияющих на финансовую устойчивость предприятий, весьма широк, поэтому принято выделять следующие четыре группы факторов [4, с. 109]:

1. Экономические факторы. В первую очередь состояние экономики страны оказывает существенное влияние на способность компании приносить прибыль. Снижение темпов экономического роста негативно сказывается на организациях, которые предлагают товары и услуги, соответственно, увеличение темпов экономического роста способно улучшить положение компаний на рынке. С целью проведения анализа внешней ситуации на примере конкретной компании потребуется оценить следующие экономические показатели: кредитную и процентную ставки, валютные курсы, уровень инфляции и многие другие.

2. Политические факторы. Данная группа включает в себя различного рода факторы государственного и законодательного характера, которые оказывают влияние на деятельность предприятий. Во-первых, это изменения касающиеся налогового и антимонопольного законодательства; денежно-кредитной политики; выборов, проводимых на всех уровнях государственной власти; отношений правительства с иностранными государствами и другие.

3. Технологические факторы. Данная группа факторов включает в себя открытия и революционные технологические перемены последних десятилетий, например, замена человеческого труда машинным; открытие новых видов транспорта, связи и многие другие.

4. Социокультурные факторы. Данная группа формирует стиль жизни, потребления и работы современного человека, и оказывают существенное воздействие на множество компаний. Современные тенденции задают тип поведения потребителя, а также вызывают потребности в новых товарах и услугах у населения.

Стоит заметить, что влияние любого рода факторов на финансовую устойчивость может носить как позитивный, так и негативный характер. Таким образом, целесообразно выделить такой классификационный признак, как эффект воздействия факторов на финансовую устойчивость предприятий. Данный классификационный признак позволяет выделить следующие группы факторов:

1. Стимулирующие рост. В эту группу относятся факторы, которые оказывают благоприятное воздействие на предприятие в целом, а также провоцируют рост финансовой устойчивости и усиление позиций на рынке. В период фазы роста экономики наблюдается увеличение потребительского спроса, и соответственно, объемов производства, что положительно сказывается на финансовой устойчивости предприятия.

2. Замедляющие развитие. К данной группе относятся факторы, препятствующие развитию компании. Например, изменения в нормативно-правовых актах, инфляция, рост процентных ставок, все эти факторы в разной степени могут способствовать замедлению производственной деятельности хозяйствующего субъекта. Также на производственный процесс может оказать влияние выбор ненадежных поставщиков, наличие просроченной дебиторской задолженности негативно отразится на финансовой устойчивости предприятий.

Важно заметить, что неблагоприятно сказываться на компании может не только низкая финансовая устойчивость, но и слишком высокая, это свидетельствует о том, что организация не максимально использует свои возможности для дальнейшего роста, и менеджмент компании неэффективен. В данном случае менеджменту предприятия рекомендуется пересмотреть изменение структуры капитала, увеличить долю заемного капитала и инвестировать его в новые перспективные проекты [1, с. 76].

Таким образом, приходим к выводу о том, что финансовая устойчивость компании подвержена влиянию разного рода факторов. Поэтому необходимо своевременное проведение мониторинга существующих факторов с целью предотвращения или поиска путей решения ухода от потенциальных угроз. Данный мониторинг можно проводить с помощью PEST-анализа, SWOT-анализа, TOWS-анализа.

Целью одних методик является оценка факторов только внутренней среды, другие же акцентируют внимание на анализе внешней среды. Для полноценной оценки рекомендуется использовать различного рода комбинации данных методик. Рассмотрим наиболее подробно каждую методику [3, с. 573]:

1. PEST-анализ – это инструмент, позволяющий выделить политические, экономические, социальные и технологические аспекты внешней среды, оказывающие влияние на деятельность

компании. К достоинствам данного анализа относят простоту оценки и возможность определения дальнейших перспектив развития. Но не стоит забывать и о недостатках, одним из них является отсутствие доступа к достоверным источникам информации. Кроме того, для наиболее достоверной оценки рекомендуется проводить PEST-анализ на регулярной основе.

2. SWOT-анализ, цель данного вида анализа состоит в определении приоритетных направлений развития организации. Сущность метода заключается в оценке деятельности организации в обозримом будущем с целью выявления сильных и слабых сторон (факторы внутренней среды) с учетом возможностей и угроз организации (факторы внешней среды), с помощью построения SWOT-матрицы. В качестве достоинств SWOT-анализа можно выделить универсальность применения для всех сфер деятельности. В качестве недостатков анализа можно выделить такой фактор как субъективность и зависимость результатов от компетенции исследователей.

3. TOWS-анализ. При проведении данного вида анализа внешние угрозы и возможности сопоставляются с внутренними слабостями и силами. В конечном итоге получаются четыре группы стратегий, каждая из которых использует одну из парных комбинаций: слабые стороны – угрозы, сильные стороны – угрозы, слабые стороны – возможности, сильные стороны – возможности.

Таким образом, приходим к выводу о том, что использование всех видов анализа обособленно друг от друга или в совокупности способствует оценке влияния факторов внешней и внутренней среды на финансовую устойчивость, позволяет выбрать дальнейшую стратегию развития предприятия. Как было показано выше, эффективность деятельности организации (предприятия) напрямую зависит от множества факторов внутренней и внешней среды. Влияние различного рода факторов может нести как положительный, так и отрицательный эффект. Поскольку только финансово устойчивое предприятие может успешно осуществлять свою деятельность, то важным аспектом для принятия разумных управленческих решений является постоянный анализ влияния различных факторов на предприятие.

Список используемых источников:

1. Костяная, В.И. Влияние внутренних и внешних факторов на финансовую устойчивость коммерческой организации и их классификация [Текст] / В.И. Костяная // Научный вестник ЮИМ. – 2016. – № 2. – С. 74–77.

2. Маркетинг и менеджмент : учеб. пособие [Текст] / Г.З. Ахметова, Д.И. Чернявский, А.В. Двойнев, Д.В. Рудаков; Минобрнауки России, ОмГТУ. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2016. – 160 с.

3. Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: Учебник. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ Инфра-М, 2016 – 608 с.

4. Петрунькина, В.С. Влияние внутренних и внешних факторов на финансовую устойчивость предприятия [Текст] / В.С. Петрунькина // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. Материалы международной научно-практической конференции магистрантов к 100-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Омский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации / Под ред. д.э.н., доцента В.А. Ковалева и д.э.н., проф. А.И.Ковалева. – Омск, 2018. – С. 108–110.

УДК: 338.1

Проскурина А.С.
ООО «АВИЛОН АГ» (г. Москва)

СУЩНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РФ

Аннотация. В статье исследуется сущность финансовой устойчивости, рассматриваются подходы к пониманию упомянутой категории отечественными и зарубежными авторами. Проанализированы и систематизированы основные проблемные области, с которыми

сталкиваются предприятия в процессе обеспечения их финансовой устойчивости со стороны внешних и внутренних факторов.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансы, проблемы, РФ, предприятия, ликвидность, платежеспособность.

Proskurina A.S.
LLC «AVILON AG» (Moscow)

THE NATURE AND PROBLEMS OF FINANCIAL SUSTAINABILITY OF ENTERPRISES OF THE RF

Abstract. *In the article the essence of financial stability is investigated, approaches to understanding of the mentioned category by domestic and foreign authors are considered. The main problem areas faced by enterprises in the process of ensuring their financial stability from external and internal factors are analyzed and systematized.*

Ключевые слова: financial stability, finance, problems, Russia, enterprises, liquidity, solvency.

Для любых компаний, осуществляющих свою деятельность в современных рыночных условиях Российской Федерации, основным условием результативного функционирования является финансовая устойчивость. Появление погрешностей в определении рисков и упущения в определении проблемных зон влечет за собой нарушение финансовой устойчивости. Так, у компаний снижается уровень их конкурентоспособности. Снижение данного уровня характеризуется невозможностью бесперебойного функционирования компании и его развития в условиях изменяющейся среды. Управленческие действия в сфере анализа, расчета, инициации и реализации мероприятий по улучшению показателей предмета исследования являются актуальной темой финансового менеджмента. Таким образом, проблема обеспечения финансовой устойчивости является одной из наиболее актуальных для большинства российских предприятий.

Так, эффективное развитие любого бизнеса взаимосвязано с устойчивым финансовым положением компаний. Финансовая устойчивость является ключевой характеристикой финансового состояния предприятий, представляющую собой наиболее фундаментальную стабильность бизнеса, его обеспеченность источниками финансов, платежеспособность и кредитоспособность. Другими словами, исследуемая устойчивость компаний отражается, как во внешней, так и во внутренней составляющей. Внутренняя финансовая устойчивость характеризуется обеспеченностью активов компании источниками финансирования, в то время как внешняя обуславливает степень способности проводить расчеты по долговым обязательствам [2, с.36]. Процесс управления перечисленными выше направлениями финансовой устойчивости, представляет собой одну из главных задач любой компании, что обуславливает ее выражение в таких процессах, как: результативное использование ресурсов компании, способность маневрирования финансами и оптимизирования циклов работы, а также обеспечения стабильности в получении прибыли и повышения рыночной стоимости предприятий.

Основные задачи финансового отдела компаний заключаются в определении финансового состояния компаний, выявление причин и следственных связей возникновения отклонений в показателях от планового уровня и разработки путей решения по существующим проблемам. Следует отметить, что отклонение запланированных показателей от плановых это индикатор несовершенства финансового состояния компании: недостаток финансовой устойчивости свидетельствует об отсутствии ресурсов для осуществления ее деятельности, а избыток финансовой устойчивости указывает на проблемы в управлении средствами, замедление деловой активности, торможение развития компании [3, с.78].

В ходе проведения работы по повышению финансовой устойчивости компаний возникает множество проблем. Круг проблем складывается из сложности обеспечения финансовой устойчивости для организаций, а также из уникальности методов оценки для различных компаний. Задача данного исследования заключается в анализе действующего финансового положения российских предприятий и систематизации основных проблемных зон, с которыми сталкиваются исследуемые субъекты хозяйствования, в частности в области обеспечения и в сфере применяемых методик.

Проблемы финансовой устойчивости предприятий рассматриваются в научных трудах различных отечественных и зарубежных авторов, таких как В. Конакова, В.И. Бариленко, Е.И. Седова, В.В. Гуминский, Е.А. Гутковская, Е.Д. Родионова и др.

На сегодняшний день отсутствует единая трактовка понятия «финансовая устойчивость предприятия». В ходе анализа научной литературы было выявлено, что ряд авторов связывает исследуемое понятие с ликвидностью предприятия. Противники данного подхода отмечают, о целесообразности рассмотрения финансовой устойчивости со стороны показателей платежеспособности.

Несмотря на разность в подходах, учеными представляется важным проведение своевременного и систематического мониторинга финансовых ситуаций российских предприятий. По мнению Е.Д. Родионова, данный мониторинг необходим для проведения оценки влияния различных факторов на финансовую устойчивость предприятий и разработки последующих действий по повышению ее эффективности и устранения проблемных областей [5 с.163]. В наиболее общем понимании, финансовая устойчивость представляет собой устойчивое положение субъекта хозяйствования в долгосрочной перспективе, обеспечивающееся высоким уровнем собственных средств, которые находятся в структуре источников. В научной литературе выделяется множество подходов к определению сущности проблемных областей финансовой устойчивости, которые носят хаотичный характер. Так, ряд авторов уделяет внимание рассмотрению проблемных областей со стороны экономической ситуации страны, в то время как другие рассматривают их в области внутренних процессов компании.

Следует отметить, что современные условия рыночной экономики, характеризующиеся сопровождением кризисов различной направленности в социальных, финансовых, общественных и др. сферах. Следует отметить, в течение последних нескольких лет развитие российских предприятий происходит в условиях обострения структурного экономического кризиса и сложной геополитической обстановки, что существенно отражается на показателях их финансовой устойчивости.

Анализ динамики удельного веса убыточных организаций, по данным Единой межведомственной информационно-статистической системы, позволил сделать вывод о нестабильной динамике их уровня в каждом экономическом секторе. Например, для сельскохозяйственного направления характерна отрицательная динамика. По рассматриваемому сектору процент убыточных организаций на начало 2017 г. составил 17.19%, что свидетельствует о снижении уровня их прибыли и рентабельности.

Предпосылкой подобной ситуации является протекающий системный кризис, который сопровождает становление процесса развития рыночной экономики РФ. Как упоминает В.В. Гуминский, некоторые исследователи именуют ее квазирыночной, или псевдорыночной. Так, совокупность различных проблемных областей, которые сопровождаются развитием экономики, оказывают существенное влияние на показатели финансовой устойчивости российских предприятий.

Соответственно, важным является выделение основных проблемных областей, представленных в таблице. 1.

Таблица 1. Проблемы обеспечения финансовой устойчивости предприятий РФ

Проблемы обеспечения финансовой устойчивости предприятий РФ	
Внешние	Внутренние
Секторальные санкции стран	Преимущественное использование заемных денежных средств
Повышенная конкуренция в областях национального хозяйства	Повышенные показатели просроченной задолженности
Повышенная конкуренция в областях национального хозяйства	Сокращение и ухудшение основных производственных фондов российских предприятий
Низкий уровень квалификации персонала	Дефицит оборота денежных средств
Общая экономическая ситуация в России	Нерациональное использование получаемой прибыли

В целом, на финансовую устойчивость российских предприятий во многом влияют общеэкономическое развитие государства, направления развития налоговой и бюджетной политики, уровень квалификации управленческого персонала. Однако, проблемные области затрагивают также и то, что в современном мире достаточно полно разработаны методики оценки финансовой устойчивости, но подходы к ее анализу различны. Они различаются выбором тех или иных показателей для оценки финансовой устойчивости, а также смыслом, который вкладывается в ее понятие. Таким образом, на сегодняшний день не разработана конкретная методика оценки финансовой устойчивости предприятия, которая позволила бы достаточно точно оценить его.

В общем понимании, проблемная область заключается в сложности понятия «финансовая устойчивость», что также находит свое проявление в наличии комплекса подходов и методов, характеризующих ее уровень и опирающихся на анализ совокупности абсолютных и относительных показателей. Наиболее часто упоминающиеся области, связанные с проблемой обеспечения финансовой устойчивости предприятий РФ, можно разделить на внутреннее и внешнее направление. Следует отметить, что полученные результаты не предполагают представление полноценной ситуации финансового состояния российских предприятий, что обусловлено их многогранностью и неоднородностью в правовых формах собственности, отраслевой специфики, масштабах бизнеса и других направлениях. Так, представлена обобщенная характеристика проблем финансовой устойчивости предприятий РФ, возникающих под влиянием различных внешних и внутренних факторов. Многообразие выделенных проблемных областей, позволяет сделать вывод об их многофакторности и существенном влиянии на российский бизнес. Таким образом, на современном этапе, для большинства предприятий РФ является сложным достижение стабильного уровня финансовой устойчивости, что обусловлено необходимостью преодоления множества проблем. Важным в процессе их решения является активное включение государства в сфере дальнейшей разработки и повышения эффективности программ льготного кредитования. Также, в соответствии с тем, что значительное количество предприятий имеют кризисное состояние, их главной целью является переход в управленческий режим работы.

Список используемых источников:

1. Гуминский, В.В. Современные проблемы обеспечения финансовой устойчивости предприятия [Текст] / В.В. Гуминский // Символ науки. – 2016. – No. – С. 89–91.
2. Гутковская, Е.А. Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации и мероприятия по ее повышению [Текст] / Е.А. Гутковская // Вестник Самарского государственного университета. – 2015. – No 2. – С. 35–46.
3. Конакова, В. Проблемы финансовой устойчивости предприятия [Текст] / В. Конакова // Молодой ученый. – 2018. – No 44. – С. 78–80.
4. Коптелова, К. И. Актуальные проблемы анализа финансовой устойчивости предприятий [Текст] / К.И. Коптелова // Молодой ученый. – 2016. – No 8. – С. 555–558.

УДК 331.108.2

Свидинская Я.В., Черных Д.Д.
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Омск)

ПРОБЛЕМА НЕЗРЕЛОСТИ ПЕРСОНАЛА

Аннотация. Статья раскрывает вопрос незрелости современного персонала, причинах и последствиях этой проблемы. В ней рассмотрены уровни зрелости, процесс перехода между ними, а также приведены теории различных ученых. Даны рекомендации по предупреждению и устранению рассмотренного явления. В сравнении проанализированы качества зрелого и незрелого работника, проведено исследование проблемы.

Ключевые слова: незрелость персонала, качества зрелости и незрелости, уровни зрелости по Дж. Стивенсу, теория Арджериса, «Эффект Пигмалиона».

Svidinskaya Y.V., Chernykh D.D.
Financial University (Omsk)

STAFF IMMATURITY PROBLEM

Abstract. The article reveals the question of the immaturity of modern staff, the causes and consequences of this problem. It examines the levels of maturity, the process of transition between them, as well as theories of various scientists. The article presents recommendations for the prevention and elimination of the phenomenon. In comparison, the qualities of a mature and immature worker were analyzed, and a problem study was conducted.

Keywords: staff immaturity, qualities of maturity and immaturity, maturity levels according to J. Stevens, Ardgheris theory, “Pygmalion effect”.

В основе теории Арджериса лежит мысль о том, что работники, в большинстве случаев, очень «незрелые» люди, но в определенных обстоятельствах могут становиться вполне «зрелыми». Ученый полагает, что большинство рабочих, особенно работников низшего уровня, управленческий персонал среднего звена и некоторые работники топ-управления в основном являются «незрелыми» людьми. И это наблюдается повсюду. Большинство людей, особенно мужчины, весьма «незрелые» люди.

Разберемся, кто же такой незрелый человек. Точного определения этого явления не существует, но есть качества, которые его характеризуют. Для более полного пояснения сравним их с качествами зрелости (Таблица 1).

Таблица 1. Качества незрелости и зрелости

Качества незрелости	Качества зрелости
Пассивность	Активность
Зависимость от других	Независимость
Небольшое число схем поведения	Разнообразное поведение
Поверхностные интересы	Устойчивые, глубокие, многочисленные интересы
Подчиненное положение	Лидирующее положение
Осознание себя центром вселенной	Осознание себя малой частью мира
Эгоистичность	Большую часть времени думает о других
Создание видимости занятости	Творческий подход к работе
Краткосрочность перспективы	Долгосрочность перспективы

Считается, что уровень зрелости личности является одним из ключевых факторов в формировании и характере развития взаимодействий между людьми, выражает специфику исполнения сотрудниками своих должностных обязанностей. Поэтому исследование личностной зрелости является очень серьезной проблемой, требующей глубокого изучения. Однако в большинстве процедур отбора персонала, проводимых в компаниях, делается акцент только на отдельных личностных чертах соискателей, что не позволяет в полной мере оценить структуру личности [7].

Согласно Дж. Стивенсу, выделяется 5 уровней зрелости [10]:

1. Уровень зрелости малыша имеет следующие характеристики: упрямство проявляется в полном отказе от общения или взаимодействия с людьми. Такое поведение проявляется отрицанием здорового образа жизни, а также любых коммуникаций. Данное поведение может привести к состоянию абсолютного замешательства и даже к помощи медицинских сотрудников [10].

2. Уровень зрелости дошкольника. Этот уровень отличается особой раздражительностью и демонстрацией излишней самостоятельности. Это проявляется в отказе от установленных норм и правил в грубой и ожесточенной форме. Такие люди не считают с мнением окружающих и ведут свою войну с ними, им присущи черты упрямства, нарциссизма. «Дошкольники» выступают против любых перемен в жизни и на работе. Они не любят ничего нового, незнакомого и не желают к нему привыкать [10].

3. Уровень зрелости подростка. Таким людям также присуще упрямство, но оно проявляется в ином способе достижения своих целей. Чаще всего «подростки» высокообеспеченные, обладают высокими финансовым положением, социальным статусом и могут оказывать влияние на своё окружение. Им приносит удовольствие тот факт, что они достигают вершин в обход законов и правил. На этом уровне наблюдается консервативный образ мышления [10]. Ярким примером взрослых подростков служат члены мафиозных структур, разрушающие общественные законы, но строго соблюдающие семейные ценности. Они не любят перемен и в действительности испытывают страх перед ними, хотя и ведут жизнь, основанную на демонстрации властям открытого неповиновения.

4. Уровень зрелости юноши. Это люди, в которых кипит ярость, они стремятся перевернуть общественную систему. Чаще всего такие люди - выдающиеся ораторы, которые способны вести за собой людей. Они считают себя лидерами, но несмотря на это могут совершать действия, противоречащие их мнению. Также они боятся изменить свое мнение или обыденную манеру поведения, боятся личного роста и появления новых вещей в жизни [10].

5. Уровень зрелости взрослого человека. На этом уровне зрелости упрямство концентрируется на самом себе. Оно уже не так очевидно, так как борьба идет внутри самой личности. Упрямые взрослые люди ведут нескончаемый поединок, заключающийся в их жестком внутреннем диалоге. Внешне упрямство может показаться окружающим прекрасной и сильной чертой характера, но на самом деле оно приносит человеку полное саморазрушение. Их жесткое противостояние внутренней тирании ведет их к катастрофе. Непоколебимость, сопутствующая упрямству, с самого начала обрекает человека на проигрыш во всем [10].

Проведено исследование, выявляющее уровень зрелости студентов ВУЗов. Для этого проведен специальный опрос, который содержал 50 утверждений, по 10 на каждый уровень зрелости. За базу взят тест, который разработал Дж. Стивенс для пяти уровней зрелости («Малыш», «Дошкольник», «Подросток», «Юноша», «Взрослый»). В опросе приняли участие 100 студентов: 65 девушки, 35 парней в возрасте от 17 до 25 лет. Ответы на опрос по 5 бальной шкале от «абсолютно согласен» до «абсолютно не согласен». В ходе проведения исследования выявлено, что большинство оппонентов принадлежат к уровням «Малыш» и «Взрослый». Остальные уровни проявились в меньшей степени. Более точные данные опроса можно увидеть на Рисунке 1.

Исследование уровня зрелости студентов по Дж. Стивенсу.

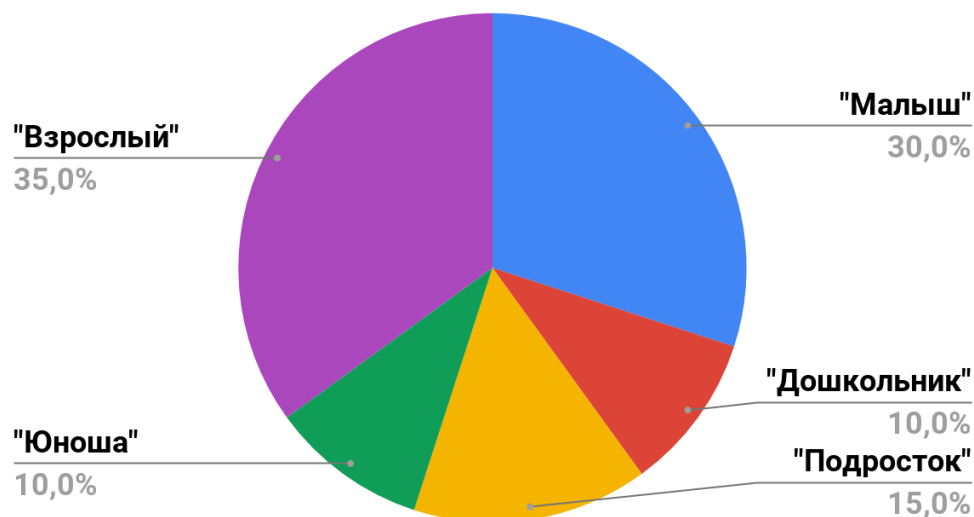


Рисунок 1. Исследование уровня зрелости студентов по Дж. Стивенсу

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод, что большинство студентов (будущих сотрудников) (65%) не достигли уровня “Взрослый”, что подтверждает актуальность поставленной проблемы. Так как именно “Взрослые” люди являются высококвалифицированными специалистами, которые обладают не только высокими профессиональными знаниями, но и умеют подать себя в коллективе, достигать успехов в работе с клиентами и с легкостью расти по карьерной лестнице. А те сотрудники, чей уровень зрелости ниже “Взрослого”, чаще всего вводят окружающих в заблуждение относительно своего “истинного лица”[2]. Такие люди создают большие проблемы организации, являясь ее балластом. Особенно большую опасность такие сотрудники несут в образовательных, медицинских, правоохранительных учреждениях, а также предприятиях коммунальной сферы, органах власти и управления. Считается, что становление зрелости не происходит потому, что большинство людей не могут творчески подходить к своим должностным обязанностям, находятся в жестком подчинении у руководства и ежедневно выполняют рутинную работу.

Становление зрелости - очень сложный цикл, который может занимать огромные промежутки времени. Если ещё пару десятков лет назад сотрудники могли по 15-20 лет работать на одном уровне, то в современном мире это невозможно. Взросление сотрудника должно происходить максимум за 7 лет [4]. Организациям и их менеджерам, в частности, необходимо обеспечить персонал такими условиями, благодаря которым у них не возникнет проблем на пути преодоления уровней. Главная задача любого менеджера - выстроить структуру работы так, чтобы сотрудник мог развиваться в рамках своей профессии [5]. Если этого не будет происходить, то в компании останутся одни “Малыши”, не будет даже “Подростков”. Принудительно переходить из уровня в уровень зрелости - невозможно. Руководство в силах только помогать персоналу, находить тех, кто действительно готов и хочет двигаться вперед.

Что же касается самого перехода, при правильном подходе это не вызовет затруднений: достаточно поощрять требуемое поведение [9]. Чтобы сотрудник перешел с первого уровня на второй, необходимо давать ему задачи, решать которые ему предстоит в соответствии с принятыми в компании технологиями. При этом поощрять за работу по технологии и наказывать за их несоблюдение [1]. Чтобы подняться со второго уровня на третий, руководитель должен побудить сотрудника разрабатывать новые идеи, проявлять инициативу и творчество. Ключевым фактором выступает проявление инициативы. При ее отсутствии переход на следующий уровень будет невозможен [1]. Чтобы достичь четвертого уровня, необходимо научиться самостоятельно принимать серьезные решения. Эта способность может скрываться в сотрудниках лю-

бой профессии и должности. Задача руководителя как раз заметить таких людей и активно стимулировать их на подобные действия [1]. Работник пятого уровня зрелости совмещает в себе все лучшие качества предыдущих. На такого специалиста может положиться руководитель, делегировать ему полномочия и доверить выполнение самого ответственного задания [1].

Большая ответственность возлагается на управленца, так как именно он должен продумать эффективный процесс перехода. Суть такого процесса состоит в постепенной подаче задач подчиненному [1]. Такой стиль управления позволит развиваться сотрудникам комфортно и с низкой степенью риска. Однако, есть руководители, которые не хотят роста своих сотрудников, так как для этого потребуется больше вложений в этого человека [6]. Для того, чтобы работник оставался на своем уровне, ему нужно постоянно устанавливать задачи, соответствующие его уровню. Хвалить за точное выполнение заданий и вводить санкции за любые отклонения: как за проявление инициативы, так и за попытки избежать труда [6]. Необходимо соблюдать осторожность в своих высказываниях в сторону сотрудника. Одно неверное слово может ударить по самооценке и случайно даже понизить уровень.

Есть только одно исключение – нельзя понизить уровень сотруднику пятого уровня. Такой человек просто уволится, уйдет к конкурентам и ни за что не вернется. Сотрудник пятого уровня уже привык к свободе, он уже самостоятельно принимает все решения, связанные с его сферой деятельности. Такой работник легко найдет новое место работы, так как уже известен на рынке труда [1].

Поэтому, если вы принимаете на работу незрелых работников, то вам необходимо учиться управлять ими [5]. Незрелый человек – это тот, кто не выполняет свои должностные обязанности, пока его не принудят, пока вы не начнете вести контроль за ним. В том случае, если вы не следите за ним, он расслабится, будет расходовать рабочее время на собственное наслаждение, и совсем немного на труд. Если вы хотите, чтобы он в рабочее время занимался делом, то вы должны его контролировать. Незрелые люди любят игры. Им нравится делать вид, что они работают, когда на самом деле они этого не делают. Они затрачивают много сил, чтобы создать иллюзию деятельности. Это – признак незрелого человека [7].

Если вы руководитель, а ваши подчиненные – люди недостаточно зрелые, то вам придется потратить много времени, следя за тем, насколько точно они выполняют свою работу, так как, если над ними отсутствует контроль, они начинают работать не должным образом. С другой стороны, если вы постоянно следите за своими сотрудниками, то, к сожалению, они останутся незрелыми. Если вам нужны зрелые люди, то вы должны сделать так, чтобы работники стояли на своих ногах, работая в соответствии со своими способностями и собственным темпом. Если вы не дадите сотрудникам возможность быть самостоятельными, то они не станут зрелыми.

В теории управления есть явление, которое называют «Эффект Пигмалиона». Суть его заключается в том, что некоторые руководители ограничивают самостоятельность своих работников на том основании, что, по их мнению, сотрудники еще «не доросли» до нее [3]. Из-за подобного отношения к себе персонал лишен возможности проявлять свои способности, реализовывать свой интеллектуальный потенциал, и поэтому перестает «расти». Они становятся такими, какими их пытаются увидеть и сделать руководители. Таким образом, своими неправильными действиями руководители создают безынициативных и беспомощных работников, снижая коллективную мотивацию всего персонала [3].

Некоторые руководители стараются обращаться со своими подчиненными так, что те делают свою работу на высшем уровне. Но в большинстве случаев отношение руководителей отрицательно влияет на производительность подчиненных, они используют свои способности не в полной мере. Отношение руководителя к сотрудникам определяется относительно его ожиданий [4]. Если менеджер ожидает от своих подчиненных многого, то, скорее всего, работники будут показывать отличные результаты. Если же уровень ожидания управляющего в отношении подчиненных низкий, то, вероятнее всего, они будут работать плохо.

Если начальник дает задание и хочет, чтобы работник подошел к нему творчески, то он должен позволить своему подчиненному выполнить его по-своему. Если нужен творческий

подход со стороны подчиненных, то единственный способ его развить – это дать людям возможность делать свою работу не так, как они привыкли ее делать на протяжении многих лет [9]. Большинство менеджеров не нуждается в творческом подходе со стороны работника. Они требуют, чтобы работа выполнялась определенным образом, которым она делалась последние 5, 10, 20 или 30 лет. Но в наше время, когда мир постоянно меняется, необходим творческий подход. Для того, чтобы конкурировать с другими компаниями, необходимо научиться делать работу по-другому и совершенствовать способ ее выполнения.

Если вы заставляете человека сосредоточиваться на работе, где не требуются размышления, ему это быстро надоест, и у вас появятся серьезные проблемы. Вы не сможете удержать этих работников, если не будете платить им большие деньги, и если у них при этом не будет другой альтернативы [8].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что большинство современных сотрудников являются незрелыми личностями из-за ошибок руководителей и собственной мотивации. Если вы ставите перед своей компанией цель создания сильного, развитого коллектива, состоящего из зрелых и высококвалифицированных сотрудников, то вы должны учиться находить индивидуальный подход к каждому работнику, мотивировать их и создавать возможности для профессионального роста.

Список используемых источников:

1. Арутюнян, А. С. Сущность развития персонала [Текст] / А. Арутюнян // Вестник ГУУ. – 2016. – №9. – С.24.
2. Балина, Т. Н. Социальная зрелость студентов и образ профессионального будущего [Текст] / Т.Н. Балина // Вестник ТИУиЭ. – 2015. – №1 (21). – С.68.
3. Доррер, Г.А. Модель управления процессом приобретения и оценивания компетенций студентов вуза [Текст] / Г.А. Доррер // Проблемы информатизации региона. ПИР-2015: материалы XIV Всероссийской конференции. – Красноярск, 2015. – С. 124.
4. Зенова, Н. А. Потенциал персонала и влияние инноваций на его развитие [Текст] /Н.А. Зенова // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2015. – №1 (21). – С. 97.
5. Исаева, О. М., Припорова Е.А. Управление человеческими ресурсами. Учебник и практикум [Текст] / О.М. Исаева, Е.А. Припорова. – М.: Юрайт, 2016. – 246 с.
6. Мур, К. и др. Свод знаний по управлению бизнес-процессами: ВРМ СВОК 3.0 [Текст] / под ред. К. Мур. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 480 с.
7. Сафонов, К.Б. Жизненный цикл организации и аспекты управленческого взаимодействия [Текст] / К.Б. Сафонов // Дискуссия. – 2016. – №5 (68). – С.77.
8. Седова, Т. В. Формирование интеллектуального капитала организации как стратегия повышения качественного уровня персонала [Текст] / Т.В. Седова // Известия ЮФУ. Технические науки. – 2014. – №1 (150). – С.187.
9. Рыболовлева, О. А. Профессиональное развитие персонала организации – компетентностный подход [Текст] / О.А. Рыболовлева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – №3–1. – С. 168.
10. Проверка на зрелость. РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbcplus.ru/news/5be5407e7a8aa936bf06b530?ruid=UET9A1wR1kx3I37GAwQsAg==>, свободный

ПРОБЛЕМА СТАРЕНИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ: ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА РАБОТНИКОВ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА

***Аннотация.** В статье говорится о проблеме старения персонала в организации. Рассмотрены факторы, влияющие на труд работников пенсионного возраста, проанализирована производительность таких сотрудников. Приведены общие советы работодателям по улучшению условий труда работников-пенсionеров.*

***Ключевые слова:** рабочая сила, работодатели, сотрудники, работники пенсионного возраста, условия труда, управление возрастными изменениями, трудоспособность.*

E.V. Sidorova, V.A. Ivanova
Financial University (Omsk)

THE PROBLEM OF AGEING WORKFORCE: FEATURES OF THE ORGANIZATION OF WORKERS OF RETIREMENT AGE

***Abstract.** The article deals with the problem of staff aging in the organization. The factors affecting the work of workers of retirement age are considered, the productivity of such employees is analyzed. General advice to employers on improving the working conditions of retired workers is given*

***Keywords:** labor force, employers, workers. employees of retirement age, labour conditions, management of age-related changes, ability to work.*

Экономические и демографические факторы вынуждают людей работать дольше, чтобы поддерживать разумные доходы для сохранения текущего уровня жизни. Важнейшей закономерностью общественного развития является прогрессирующее старение рабочей силы. За последние несколько десятилетий доля пожилых людей в общей численности населения неумолимо увеличивается: если в 1980-е годы только 16% населения страны были старше трудоспособного возраста, то к 2017-2018 г. доля таких людей составляет около 25% т.е. это практически каждый четвертый гражданин страны.

Обеспокоенность работодателей по поводу трудоспособности лиц, работающих после достижения пенсионного возраста, основана на широко распространенных стереотипах о невозможности качественного выполнения ими своих трудовых обязанностей. Работодатели должны понимать, к чему может привести такая тенденция, а профессиональные врачи должны консультировать предприятия о преимуществах и рисках использования труда таких возрастных работников.

Осознание того, что рабочая сила стареет для работодателей не ново. Исторически сложилось, что низкие коэффициенты рождаемости и увеличение продолжительности жизни означают, что население и рабочая сила будут продолжать стареть в течение будущих десятилетий, особенно в наименее развитых странах [3]. Сокращение числа молодых работников и постепенное повышение пенсионного возраста в государстве потребуют от людей работать до конца их жизни. Отсроченный выход на пенсию имеет не только доходные преимущества, но и хорошо документированные положительные результаты в формировании идентичности, повышении самооценки и поддержании межличностных контактов, все это способствует поддержанию благополучия в организации [1].

На сколько эффективно работают пожилые люди на производстве? Вполне понятно, что конкретные данные о людях, работающих в возрасте 60 лет и старше, ограничены [5]. Однако отношение у людей к старению и работе меняется, и все больше работодателей рассматривают

пожилых работников в качестве ценного актива [3]. Функциональные способности сильно различаются у лиц одного и того же возраста, и воздействие старения является относительно незначительным среди большинства работающих. В то время как мышечная сила и аэробная способность снижаются с возрастом. Те, кто использует физическую силу на работе, сохраняют лучшую физическую форму, чем те, кто этого не делает. Большинство рабочих мест не требуют от работников работать на полную мощность, за исключением некоторых особенных видов труда.

Сменный график работы считается более трудным для пожилых работников, некоторые исследования показывают, что продолжительность рабочего дня более 8 часов может нанести ущерб здоровью пожилых людей [4]. Накопительный эффект количества лет, проведенных на работе, может привести в будущем к проблемам со здоровьем. Бытует мнение о том, что пожилым людям нужен более длительный период восстановления после длительных рабочих смен. Снижение умственной активности и познавательной деятельности минимально у большинства людей в их 60-летнем возрасте. Однако уже к 75-80-ти годам наблюдается регресс работоспособности в этих видах деятельности. Время реакции может замедляться с увеличением возраста, но осторожность возрастает, что приводит к балансу между скоростью и точностью, уменьшая частоту ошибок [3]. На большинстве рабочих мест возрастные сенсорные изменения могут быть адаптированы с помощью корректирующих устройств или вспомогательных технологий. Хотя с возрастом риск хронических заболеваний может возрастать, многие пожилые работники имеют хорошее здоровье, что позволяет им продолжать работать, имея как хронические заболевания, так и инвалидность.

В большинстве случаев ухудшение состояния здоровья не влияет на производительность труда, поскольку рабочие места и условия труда могут быть скорректированы с учетом особенностей каждого человека. Можно говорить о том, что пожилые работники оформляют больничные листы не чаще молодых специалистов [4]. Возраст не является самым важным фактором, определяющим состояние здоровья человека. Здоровье зависит от многих других критериев, помимо возраста: сочетания физических, психологических и социальных факторов, таких, как образ жизни, занятость и профессиональные требования.

Управление рисками для здоровья и безопасности сотрудников должно включать оценку рисков для пожилых работников с учетом специфики их работы, окружающей среды и особенностей производства. Отсроченный возраст выхода на пенсию и более продолжительная трудовая жизнь влияют на обязанности работодателей в области охраны здоровья и техники безопасности их сотрудников.

Многие данные свидетельствуют о том, что работники в возрасте старше 60 лет справляются с профессиональным стрессом лучше, чем молодые - образование, опыт работы и самостоятельность являются ключевыми факторами [2]. Пожилые работники также подвергаются меньшему риску несчастных случаев. Но там, где они происходят, они с большей вероятностью могут причинить серьезные травмы или стать смертельными. Несмотря на связанное с возрастом снижение функциональных способностей, существует мало возрастных рисков, не смягчаемых опытом, знаниями и опытом. Риск производственной травмы может быть предотвращен или, по крайней мере, отсрочен регулярной физической активностью.

Многие мероприятия в области здравоохранения работают для всех возрастов; в молодом возрасте они более выгодны, но понимание выгоды, положительная мотивация и участие, часто проявляются больше в пожилом работнике. Плохое состояние здоровья или возвращение к работе после болезни можно контролировать или поддерживать корректировкой рабочего места или путем обучения или переподготовки, поощрения самоуправления [5]. При поддержке охраны труда следует разработать высококачественные программы поддержки отдельных лиц на протяжении всей трудовой деятельности в целях охраны и сохранения здоровья, безопасности и благополучия.

Важнейшими компонентами любой политики управления возрастными изменениями должны быть: образование и профессиональная подготовка; улучшение условий труда; расширение возможностей для гибкой работы.

Вопреки устоявшимся мнениям, что с возрастом трудоспособность ухудшается, здоровые пожилые люди трудятся не хуже молодых коллег, а наравне с ними. Самым важным преимуществом людей в возрасте по сравнению с молодыми коллегами в сфере трудовых отношений являются профессиональный опыт и знания. Они более зрелые, мудрые, хорошо разбираются в специфике работы, могут выступать в роли наставников для младших поколений сотрудников, лучше справляются со стрессом и конфликтными ситуациями. Использование в организациях трудового потенциала пожилых людей позволяет обеспечить передачу профессионального опыта более молодым сотрудникам, что очень важно для любого предприятия [5].

Законодательство не определяет четкие требования по отношению к трудовой деятельности работников пенсионного возраста. Но каждый работодатель, принимая на работу сотрудника, подходящего под эту категорию, должен учитывать, что условия труда, в частности режим времени работы и отдыха, должны соответствовать трудоспособности и самочувствию конкретного человека [6].

Общие советы работодателям по улучшению условий труда работников-пенсионеров приведены в п. 13 Рекомендации № 162 "О пожилых трудящихся", утвержденной Международной организацией труда от 23.06.1980. Например, работодателям рекомендуется [7]:

изменять формы организации труда, если они вызывают чрезмерное напряжение работников в возрасте, в частности путем ограничений на сверхурочную работу;

приспосабливать рабочее место и задания к возможностям трудящихся пенсионеров, делать их удобными и максимально безопасными, используя все имеющиеся технические средства, чтобы сохранить здоровье и работоспособность сотрудников, а также предупредить возможные несчастные случаи;

организовать систематический обязательный контроль состояния здоровья пожилых работников;

обеспечить безопасность и гигиену труда пенсионеров.

Повышенные гарантии работающим пенсионерам по сравнению с обычными работниками могут быть предусмотрены трудовым договором, соглашениями, коллективным договором, локальными нормативными актами.

Итак, в современном российском обществе достаточно высоко ценятся опыт и знания пожилых сотрудников, коллеги уважают и признают их трудовые заслуги. Возрастные категории людей по таким параметрам, как профессиональные знания, навыки, трудолюбие, исполнительность, ответственность значительно превосходят более молодые поколения работников каждой организации. Общество готово к включению пожилых людей в сферу трудовых отношений, т.к. именно данная категория работников выступает в качестве незаменимых наставников молодежи, использование их трудового потенциала будет способствовать передаче профессионального опыта и деловых знаний молодому поколению. Также важно отметить, что пожилые люди должны разумно подходить к своему желанию работать и вовремя уходить на пенсию, если видят в этом необходимость.

Список используемых источников:

1. Баранов, А.С. Социально-экономические последствия старения рабочей силы [Текст] / А.С. Баранов // Вопросы экономики. – 2013. – №7. – С. 111–120.

2. Львова, Ю.А. Современные тенденции на рынке труда [Текст] / Ю.А. Львова // Справочник кадровика. – 2014. – №10. – С.37–39.

3. Никифорова, А.А. Рынок труда, занятость и безработица [Текст] / А.А. Никифорова // Вопросы экономики. – 2015. – №2. – С.328.

4. Осколкова, А.А. Старение населения в странах [Текст] / А.А. Осколкова // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – № 7. – С. 74.

5. Четвернина, Т.К. Положение безработных и государственная политика на рынке труда [Текст] / Т.К. Четвернина // Вопросы экономики. – 2015. – № 2. – С.56.

6. Ясин, Е., Алексахенко С., Гавриленков Е., Дворкович А. Реализация либеральной стратегии при существующих ограничениях [Текст] / Е. Ясин, С. Алексахинко, Е. Гавриленков, А. Дворкович // Вопросы экономики. – 2015. – №7. – С.4-20.

7. Рекомендации "О пожилых трудящихся", утвержденные Международной организацией труда от 23.06.1980. – №162. – Ст.13. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901879564>, свободный.

УДК 659.1.01.

Сырцова М.С.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ PUBLIC RELATIONS В РОССИИ

Аннотация. В статье рассмотрено понятие *Public Relations*, его сущность, история возникновения и специфика использования в России. Целью работы является ознакомление с деятельностью *Public Relations* и историей его возникновения, исследование состояния *Public Relations* в России, выявление проблематики его использования. Автор статьи пришел к следующему выводу: к российской *Public Relations* деятельности нужно найти более серьезный подход для дальнейшего успешного существования PR -отрасли.

Ключевые слова: *Public Relations*, *Public Relations* в России, связи с общественностью, публицити, коммуникации, реклама, пресс-релиз, «PR -инструменты», PR -технологии, PR -отрасли, коммуникационные системы, «черный PR», западные технологии.

Syrtsova M.S.

Financial University (Omsk)

SPECIFICS OF USING PUBLIC RELATIONS IN RUSSIA

Abstract. The article deals with the concept of *Public Relations*, its essence, history and specifics of use in Russia. The purpose of the work is to familiarize with the activities of *Public Relations* and the history of its origin, the study of the state of *Public Relations* in Russia, the identification of problems of its use. The author came to the following conclusion: the Russian *Public Relations* activities need to find a more serious approach to the further successful existence of the PR industry.

Keywords: *Public Relations*, *Public Relations* in Russia, public relations, publicity, communications, advertising, press release, "PR -tools", PR -technologies, PR -industries, communication systems, "black PR", Western technologies.

«Иные рождаются великими, другие достигают величия,
а третьи нанимают специалистов по связям с общественностью»

- Дэниэл Бурстин

«Коммуникативная функция управления, посредством которой организации адаптируются к окружающей их среде, меняют (или же сохраняют) ее во имя достижения своих организационных целей»,- такое определение *Public Relations* предлагают профессора Лоуренс Лонг и Винсент Хазелтон. Их определение является одним из наиболее современных и описывает связи с общественностью как нечто большее, чем просто формирование общественного мнения.

Возникновение деятельности *Public Relations* нельзя отнести к какому-либо веку, и уж тем более предполагать кто был его основателем. Но, несомненно, первоисточки связей с общественностью можно наблюдать еще с момента появления самых древних цивилизаций, таких как Древняя Греция, Древний Рим и государства Древнего Востока. Поскольку даже в древности для достижения мира и согласия обществу было необходимо поддерживать как групповые, так и межличностные коммуникации, которые могут быть достигнуты путем умения убеждать и

оказывать влияние. Влияние на общественность в истории мы можем наблюдать при обожествлении правителей древности, сила которых обуславливалась религиозными убеждениями. В научных работах античных философов высокое значение придается применению ораторского искусства как средства влияния на слушателей.

Как самостоятельная наука Public Relations сложилась только к XX столетию. В 1912 году при американском телефонно-телеграфном объединении было создано первое бюро Public Relations. После, в 1918 году, в штате Иллинойс Public Relations был включен в учебную программу университета. Затем в 1923 году Эдвард Бернейс, один из крупнейших специалистов данного вида деятельности, выпустил первую книгу, посвященную Public Relations, которая получила название «Crystallizing Public Opinion». И, наконец, к началу 30-ых годов XX века в США деятельность Public Relations рассматривалась уже как самостоятельная функция менеджмента, которая быстро получила распространение в крупных компаниях. Таким образом принято считать, что Public Relations как особый вид маркетинговой деятельности зародился в Америке, так же как и сам термин «public relations». Стоит отметить, что американская модель связей с общественностью оказала влияние на другие страны, но сама иностранному воздействию подвергнута не была.

Сегодня формирование общественного мнения предполагает установление целенаправленных связей с широкой общественностью, партнерами, государственными структурами, с финансовой общественностью. Public Relations охватывает такие направления деятельности как общественное мнение, промышленные связи, отношения со средствами массовой информации (паблисити), финансовые отношения, международные связи, правительственные связи, отношения с потребителями, исследования и статистика, общественная жизнь, а также отношения с местным населением.

Итак, Public Relations насчитывая уже более 100 лет истории существования в США, становится все более значимой сферой деятельности и в России. Внедрение подразделений связей с общественностью в России было вызвано развитием российского общества в формировании демократических институтов в политике и экономике и насчитывает всего лишь около 20 лет. Существует 3 этапа развития Public Relations в России:

1. Доинституциональный период (1988-1991) — период формирования первого признака института. В этот отрезок времени возникают отношения между субъектами конкретной профессиональной деятельности и обществом. Первоначально на российском рынке начали появляться Западные кампании, работавшие в сфере Public Relations, поэтому первые агентства были в основном совместными. Происходит переориентирование рекламных служб на профессиональное PR -поле. В доинституциональный период наблюдается преобладание такого понятия как «черный PR», который представляет собой использование фальсификации и обмана для подавления конкурента.

2. Первичная институционализация (1991-1994) — период формирования начальной организации субъектов. Деятельность Public Relations в этот период все больше распространяется в крупных центрах концентрации финансов, политической активности и бизнеса. Российская Ассоциация по связям с общественностью, созданная в 1991 году устанавливает контакты с международным PR -сообществом. В 1992 году состоялся первый в России международный бизнес семинар "Связи с общественностью в рыночной экономике" с участием одного из основоположников европейской теории PR Сэма Блэка. В сентябре 1992 года был проведен второй Российско-Американский семинар "Практика Public Relations ". РАСО были также поставлены следующие цели: создание инфраструктуры отрасли Public Relations, защита интересов PR -отрасли и в отдельности ее субъектов, формирование и внедрение в практику норм в рамках данной отрасли, совершенствование высшего образования в сфере связей с общественностью, а также повышение уровня кадрового потенциала PR -отрасли.

3. Вторичная институционализация. (с 1994 года) Начинается формирование и систематизация профессиональных норм, предписаний и принципов, регулирующих поведение специалистов по связям с общественностью. 22 ноября 1994 года члены РАСО принимают декларацию профессиональных и этических принципов в области СО. Позже в 1997 году ими

же принята Хартия принципов сотрудничества и конкуренции, которые предполагали честный подход к клиентам, невозможность представления в одном лице интересов конфликтующих и конкурирующих сторон, сохранение конфиденциальности сведений. В 1995 году начали формироваться ФЗ «О рекламе», «Об информации, информатизации и защите информации», «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ»

Одна из главных особенностей Public Relations в России на сегодняшний день состоит в том, что использование связей с общественностью здесь более популярны в политике и государственной структуре, чем в коммерческой сфере. В государственных органах службы Public Relations получили неплохое развитие и на сегодняшний день могут похвастаться разносторонне образованным и компетентным составом специалистов.

Например была сформирована служба по связям с общественностью Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг Российской Федерации. Задачей этой службы предстает информационная поддержка деятельности ФКЦБ РФ, которая распространяет информацию о деятельности ФКЦБ, занимается поиском и обработкой необходимой информации для сотрудников, налаживает контакты со СМИ, с государственными структурами, с коммерческими предприятиями, с организациями профессиональных участников, выпускают пресс-релизы, члены ФКЦБ выступают с докладами и подготавливают отчеты.

Позже было создано положение о Департаменте общественных связей Центрального банка, в котором говорится о необходимости информирования общественности о проводимой Банком деятельности. Также здесь говорится об анализе общественного мнения по поводу деятельности Центрального Банка и разработке предложений по улучшению информационной политики. Все это вводится для формирования положительного имиджа Банка России в обществе.

Даже государственные и общественные организации Министерства Финансов сформировали департамент управления общественных и межрегиональных связей. Все это было необходимостью в связи с укреплением демократического строя.

А вот коммерческий российский бизнес, к сожалению, в своем большинстве еще до конца не пришел к осознанию важности применения технологий Public Relations. Более того в России часто понятие Public Relations заменяют понятием «реклама» или же вообще отождествляют его с «черным пиаром». Только вот реклама занимается продвижением товаров и услуг, когда Public Relations работает на достижение благополучного отношения к самой фирме и тем самым к ее товарам. Кроме того, реклама представляет собой обязательно оплаченное время в СМИ, а к приемам Public Relations чаще относят различные семинары, презентации, пресс-релизы, пресс-конференции и демонстрации. К сожалению, мы не можем похвастаться и применением такого широкого спектра PR -инструментов, которые активно используют специалисты западных PR -технологий. В сравнении с западным Public Relations мы можем выделить и ряд других отличий. Например, западные специалисты прорабатывают и четко следуют составленным коммуникационным стратегиям по связям с общественностью. Любая информационная активность должна соответствовать целям и задачам, представленным в стратегическом документе. Российские коммуникационные стратегии создаются в основном лишь для того, чтобы отчитаться перед руководством. А работу на деле совсем не сопоставляют с задачами и целями коммуникационной стратегии. В западных технологиях Public Relations воспринимается как более эффективный и экономичный способ, чем реклама. Чтобы сравнить затраты на Public Relations с затратами на приобретение рекламы у западных специалистов существует специальный инструмент AVE (Advertising Value Equivalency). Поэтому необходимость выделения денежных средств на общение с клиентами у них ниже минимум в 5 раз. Кроме всего вышеперечисленного западные PR -технологии отличаются от наших более ужесточенной формализацией. Хотя, казалось бы, управленческая школа человеческих отношений пытается доказать, что слишком жесткая формализация понижает рабочую эффективность. Здесь ситуация иная. Российским Public Relations действительно не хватает этой «западной» системной отчетности, регламентации работы и распределения зон ответственности.

Но есть и те приемы, которые Российские специалисты уже позаимствовали у западной практики PR. Так например проводятся дополнительные брифинги для подготовки к интервью,

на которых спикеров готовят к предоставлению нужной информации журналистам, ответам на их вопросы и готовность прокомментировать свои высказывания. Также мы используем заимствованный у западных специалистов прием анкетирования журналистов. Главной задачей этого приема выступает поиск взаимной выгоды между интересами журналистов и интересов самой компании. Данный способ выступает путем налаживания отношений со СМИ и возможностью получения той информации, которая поможет оптимизировать работу пресслужб. Благодаря этому приему до необходимой аудитории будет доведена только нужная и полезная информация.

Из всего вышепредложенного можно спокойно выявить что же является проблематикой использования в России PR -технологий. Во-первых, это конечно же недостаточное уделение должного внимания такому необходимому в наше время направлению деятельности как Public Relations. Требуется проведение дополнительных профессиональных конференций, где предлагалась бы подробная информация о сущности Public Relations, истории ее возникновения и специфики использования в других странах. Но данные тренинги должны проводиться не только для работников данной сферы, но и всех желающих, чтобы в дальнейшем нуждающиеся в услугах связи с общественностью имели представление о том, как им выгодней достичь желаемого имиджа не вкладывая большое количество средств в рекламу. Также можно внедрить практику по международному обмену PR -специалистов, где российские специалисты могли бы получить опыт среди специалистов других стран. Второй проблемой является использование «черного PR» как для коммерческого бизнеса, так и для государственной структуры. Борьба с таким явлением может носить только индивидуальный характер. Если каждая компания будет знать и использовать способы по борьбе с «черным PR», то есть шансы, что численность таких «специалистов» снизится в связи с неэффективностью их деятельности.

Для России присуще заимствование некоторых иностранных приемов, но также особое место занимает ее индивидуализм в использовании PR -технологий. Нужно лишь углубиться в специфику этой деятельности, изучить приемы иностранных Public Relations и причины использования именно этих приемов. На основе этого можно будет создать свою систему, методы и приемы, которые отталкивались бы от внутренних проблем и традиций страны.

Список используемых источников:

1. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью / Э.В. Кондратьев, Р.Н. Абрамов. - Москва: Высшая школа, 2013. - 512 с.
2. Корольков В.Г. Основы публичных отношений. М., "Рефл-бук", К.: "Ваклер" -2000. -528с.
3. Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти. Учебник для академического бакалавриата / Отв. - М.М. Васильева. - Москва: **Наука**, 2016. - 495 с.
4. Бузни, Е. Н. История связей с общественностью / Е.Н. Бузни. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2014. - 224 с.
5. Лашко, С. И. Международный бизнес. PR и рекламное дело. Учебное пособие / С.И. Лашко, В.Ю. Сапрыкина. - М.: РИОР, Инфра-М, 2017. - 172 с.

УДК 338.462

Шохирева Е.Г.

Омский государственный университет путей сообщения (г.Омск)

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КАТЕГОРИЙНЫХ ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ В СФЕРЕ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В статье приводится сравнительная характеристика методов управления ассортиментной политикой, после чего выделяются перспективные направления в данной области. Одним из таких методов является категорийное управление, эффективность которого доказана в области розничной торговли. Автором статьи предлагается переложить принципы управления категориями на сферу дошкольного образования.

Ключевые слова: ассортиментная политика, управление ассортиментной политикой, категория, категорийное управление, сфера дошкольного образования.

Shokhireva E. G.
Omsk State Transport University (Omsk)

POSSIBILITIES OF APPLICATION OF CATEGORY PRINCIPLES OF ASSORTMENT MANAGEMENT IN PRESCHOOL EDUCATION

Abstract. *The article provides a comparative description of methods of assortment policy management, after which promising areas in this area are highlighted. One of these methods is categorical management, whose effectiveness is proven in the field of retail. The author of the article proposes to shift the principles of category management to the sphere of pre-school education.*

Keywords: *assortment policy, assortment policy management, category, category management, preschool education.*

Процесс продаж начинается в тот момент, когда человек-покупатель понимает, что у него есть неудовлетворенная потребность. Один из способов удовлетворения потребностей – посещение целевого предприятия и приобретение необходимого продукта или услуги. Поэтому ключевой задачей предприятий сферы услуг, независимо от их размера и месторасположения, является удовлетворение индивидуальных человеческих потребностей.

Деятельность по формированию ассортимента и управлению им можно представить в виде трех составляющих:

- определение целевой группы покупателей, потребности которых будут удовлетворяться;
- определение величины действительного спроса целевой группы покупателей;
- действия, предпринимаемые с целью увеличения доли удовлетворенного спроса [3, с. 27].

Дошкольные образовательные учреждения предоставляют перечень услуг, пытаясь на высоко конкурентном рынке формировать наборы услуг, которые бы позволяли эти конкурентные преимущества усиливать. Чтобы усиливать эти конкурентные преимущества с точки зрения маркетинга нам необходимо понимать, как потребитель выбирает конкретное учреждение и конкретную услугу. Современными родителями спрос предъявляется именно на услуги комплексного характера, связанными с формированием каких-то культурно-нравственных ценностей. Несовпадение запросов потребителей и методов формирования ассортимента предполагаемой дошкольной организации подталкивает к выводам о том, что вся система маркетинга, связанная непосредственно с методами определения ассортимента, требует изменений. Проанализировав суть запроса автор изучил соответствующие подходы формирования ассортиментом.

Теория и практика управления ассортиментом выделяет значительное количество форм, видов и методов управления ассортиментом. Среди самых популярных методов можно выделить Правило Парето, SWOT-анализ, Матрица Ансоффа, Матрица BCG, Матрица GE, ABC-анализ, XYZ-анализ. Наличие разнообразных подходов позволяет руководителю сделать выбор определенного направления в работе с ассортиментом. Каждый из методов имеет свои достоинства и недостатки, которые руководитель должен учитывать, чтобы не совершить основных ошибок при управлении ассортиментом. Важно учитывать всевозможные факторы как микро-, так и макросреды, влияющие на ассортимент. Применяемый метод должен соответствовать специфике торгового предприятия, а также соотноситься с основными характерными особенностями его функционирования. Однако по мнению автора эти методы не позволяют эффективно управлять ассортиментом дошкольного образовательного учреждения в современных условиях.

Целью статьи является выявить возможности применения принципов категорийного управления в сфере дошкольного образования.

К одному из элементов стратегического планирования можно отнести управление категориями или категорийный подход. Согласно одному из определений категорийный подход – это стратегическое сотрудничество розничного оператора и поставщика, при котором стороны управляют категорией как стратегической единицей, и достигают роста категории (увеличение продаж и прибыли) путем набора действий, ориентированных на покупателя [5, с. 11]. В более узком смысле категорийный подход – это построение ассортиментной матрицы на основе спроса, на основе того, что хочет покупатель, в результате чего выстраивается матрица на основе портрета целевого клиента. Каждая SKU должна выполнять какую-нибудь функцию, обладать определенной целью. Ассортимент разбивается на несколько ролей внутри каждого сегмента. Для формирования категорий важно понять, что объединяет покупателей в определенной ситуации.

Среди основных принципов категорийного управления можно выделить следующие:

- выделение бизнес-единиц – категорий, которыми управляет категорийный менеджер на протяжении всей цепочки добавления стоимости (ассортимент, мерчандайзинг, ценообразование и продвижение);
- определение категорий и ролей для них происходит на основании изучения потребительского поведения;
- потребитель является основной ценностью, на изучении поведения которого должна строиться дальнейшая работа с категориями;
- важную роль играет взаимодействие продавца с поставщиками, их совместная работа в управлении категорией;
- изменение организационной структуры, внедрение новой должности категорийного менеджера;
- внедрение автоматизированной системы управления категориями;
- большое влияние мерчандайзинга на всю работу системы категорийного управления;
- реструктуризация и оптимизация всех бизнес-процессов, начиная от логистики, заканчивая минимизацией затрат по работе с полкой, что в результате приводит к снижению издержек и увеличению прибыли;

При внедрении категорийного подхода на предприятии важно учитывать цели как стратегического, так и операционного характера. К стратегическим относятся увеличение потока посетителей, увеличение стоимости корзины, увеличение прибыли с каждой корзины и пр., операционные цели нацелены на совершение краткосрочных действий, направленных на увеличение продаж.

Таким образом, важно помнить, что покупатель идет в магазин не за товаром, а за решением своей проблемы, в т.ч. за удовлетворением потребностей своей души. В связи с изменчивостью современного мира компания должна гибко реагировать на происходящие процессы в обществе и подстраиваться под новые запросы потребителей. Если раньше акцент делался на том, как продать продукт, как удержать клиента, добиться того, чтобы он совершил повторную покупку, то сегодня актуальным является привлечение покупателей не только в процесс покупки, но и в процесс создания самого продукта и маркетинговой коммуникации. В результате растущей тенденции в обществе потребители ныне ищут не только товары и услуги, удовлетворяющие их нужды, но также впечатления и бизнес-модели, затрагивающие их духовную сторону.

В решении данной проблемы помогает категорийный подход, который позволяет не только оценить имеющиеся и потенциальные возможности компании, но и ее конкурентов и рынок в целом. Кроме того управление категориями формулирует конкретные задачи, в т.ч. для развития предприятия, а также обеспечивает сбалансированный портфель товаров и услуг.

В связи с успешностью модели управления категориями автор статьи предлагает переложить основные принципы данного подхода на сферу дошкольного образования. Во многих государственных документах, одним из наиболее первоочередных проблем отечественной си-

стемы образования выделяются внедрение инновационных технологий, обновление организационно-экономических механизмов системы образования, повышение гибкости и многообразия форм предоставления услуг системы дошкольного образования [2, с. 74]. Все это подталкивает к поиску новых решений в данной области и возможности применения инновационных технологий, получивших признание в других сферах экономики. По мнению автора, технология категорийного управления обладает достаточной инновационностью и широким спектром применения, что имеет обширную доказательную базу в сфере предоставления товаров населению.

Сегодня в современных условиях образование, как дошкольное, школьное, так и высшее из бесплатной привилегии, оплачиваемой государством, превратилось в товар, а точнее услугу нематериального характера. В связи с бурно развивающимся рынком образовательное учреждение обязано искать новые решения повышения эффективности функционирования. Скорость изменения учреждения как экономической системы (ассортимента услуг, качества и др., в т.ч. стратегии и тактики) должна не отставать, а в момент начала изменения – по возможности опережать изменения внешней среды. В своей деятельности большинство образовательных учреждений сферы дошкольного образования не уделяют внимание функциям товарной политики (качество, ассортимент, сервис), ценообразованию, коммуникации (рекламная политика, организация взаимоотношений с общественностью и прямых контактов с клиентами), товародвижению, сбыту и продажам, а также работе с персоналом.

При создании категорий ключ к успеху лежит в создании особого пакета предложений, который не только должен быть уникальным и отвечать широким нуждам потребителя, но и таким, чтобы конкуренты не могли его с легкостью воспроизвести. Переход к управлению категориями создает впечатление у покупателей, что продавец и в самом деле решит реально существующую проблему, а не просто предоставит надежный продукт. Решение такой задачи требует не только понимания имеющихся у покупателей проблем, но также и способности видеть новые и лучшие способы отвечать на эти вызовы, формулировать выгоды от использования своих ограниченных ресурсов, а также предлагать корректные способы измерения успеха. Так же и в сфере дошкольного образования, потребность - это объективный и понимаемый человеком недостаток знаний, умений и навыков его в какой-либо области. Проявление потребности в образовании является желание человека получить качественно новый уровень образования или получить какую-либо дополнительную квалификацию, в которой данный человек субъективно или объективно нуждается.

К ассортименту образовательных услуг относятся: общеобразовательные услуги, услуги по подготовке и переподготовке, создание духовных ценностей, преобразование личности обучающегося, что, в конечном счете, способствует повышению духовного потенциала общества. В практике образовательные услуги дополняются сопутствующими услугами: информационными, консультационными, экспертными, лизинговыми.

Рассмотрим элементы комплекса маркетинга услуг образования [3, с. 101]:

- услуга образования может пониматься как товар, поскольку удовлетворяет потребности в воспитании, в знаниях, личностном совершенствовании, профессиональных навыках целевого потребителя;
- система цен на услуги образования связана с понятием тарифов;
- место оказания услуг, обстановка обучения значимы как для позитивного имиджа организации, так и для самого процесса взаимодействия педагогов и учащихся;
- образовательные организации заботятся о контакте со своими потенциальными потребителями накануне набора в детские сады и т.д.;
- под средой образовательной организации подразумевается комплекс специально разработанных предметов, символов, цветового решения, отражающих философию организации, её принципы – всё то, что придаёт товару или услуге специфическое лицо, «знак обслуживания»;
- процесс получения образовательных услуг непосредственно связан с внутренней средой организации, скрытой от потребителей (специфика её управления и корпоративная культура);

– персоны, участвующие в осуществлении образовательных услуг – это не только педагог и ученик, сюда относятся и директор и дворник, вахтёр и нянечка – с точки зрения потребителя образовательных услуг они все важны, все создают неповторимую психологическую атмосферу образовательного учреждения. Родители являются значимыми людьми при оказании образовательных услуг.

Хотя услуги обладают своими специфическими особенностями все таки существует возможность переложения некоторых принципов категорийного управления на сферу дошкольного образования.

Единственными принципами, которые невозможно использовать в учреждениях дошкольного образования, является автоматизация бизнес-процессов, что обусловлено с большими финансовыми затратами, которые, обычно, не готово нести малое предприятие, а также реструктуризация, что обусловлено небольшой организационной структурой и невозможностью иметь в своем штате на постоянной основе категорийного специалиста. Остальные принципы вероятно применить, безусловно с учетом специфики данной отрасли. Потребитель является краеугольным камнем и в сфере образования, однако стоит учитывать тот факт, что в образовании главным действующим лицом является заказчик, а им может быть как отдельное платежеспособное лицо, как целое предприятие, а также государство. Партнерами в данной сфере выступают потребители (дети), покупатели (родители), заказчик (родители, государство, школы). Важно, что зачастую заказ на дошкольное образование формируется без исследований запросов родителей – основных заказчиков образовательных услуг. Сделки на рынке образовательных услуг происходят посредством процесса обучения чему-либо своего клиента и подкрепления полученного образования каким-либо видом документа (диплом, сертификат, справка и пр.). Таким образом, как и в сфере торговли, категорийное управление позволяет наладить более тесные взаимоотношения между партнерами данного процесса. Определение и формирование категорий возможно, как и в сфере торговли. Данный процесс является многоступенчатым алгоритмом выделения категорий на основании определяющего признака и дальнейшего формирования стратегии и тактики управления с учетом присвоения ролей каждой категории. Важность мерчандайзинга тоже возможно использовать и для образования в связи с тем, что для заказчиков образовательных услуг важно иметь визуальное подтверждение правильности своего решения. Внутренняя среда образовательного учреждения полностью взаимосвязана с этим процессом и напоминает своего рода «выкладку» на торговом предприятии. Тактики ассортимента, ценообразования и продвижения практически нигде не разрабатываются и не применяются, т.о. использование данного инструмента уже будет способствовать увеличению оборота.

Таким образом, если переложить принципы категорийного управления в сферу дошкольного образования, то можно получить следующие положительные изменения в эффективности работы образовательного учреждения:

- сосредоточение ресурсов учреждения на создании таких образовательных услуг (категорий), которые реально необходимы потребителям;
- понимание качества образовательных услуг как меры удовлетворения потребности в них;
- рассмотрение потребностей заказчиков не в узком, а в широком смысле;
- доминирование цены потребления над ценой продажи;
- доминирование ориентации на долгосрочную перспективу рынка на решающих направлениях;
- непрерывность сбора и обработки информации о конъюнктуре рынка и его реакциях;
- комплексность и взаимосвязь конкретных проблем, способов и инструментов их решения;
- управление ассортиментом учреждения как бизнес-единицей, принятие решений по мере возникновения, обнаружения новых проблем;
- определяется направление инновационных процессов благодаря анализу внешней и внутренней среды;
- выделяются инновационные сегменты рынка образовательных услуг;

- достижение социально-педагогических и экономических эффектов;
- достижение высокой конкурентоспособности организации.

С развитием экономики в стране развивается и рынок образования, т.к. образовательные услуги как товар приобретают все большую ценность. С каждым годом российский рынок становится все более открытым. Ориентация образования на потребности рынка в комплексе с ослаблением государственного регулирования расширит круг возможностей всех участников рынка образовательных услуг, будет способствовать повышению конкуренции на рынке, а значит и мотивации участников.

Автор подчеркивает недостаточность маркетинговых исследований в данном направлении, что мешает выбрать определенную стратегию и тактику управления ассортиментом дошкольного образовательного учреждения. Поиск инновационных решений в сфере дошкольного образования может крыться в переложении успешно реализованных технологий других сфер экономики. Возможность применения принципов категорийного управления в сфере дошкольного образования достаточно обоснована, но требует дальнейшего изучения. Разработка и апробация новых программ на основе категорийного подхода приведет к качественному изменению управления товарной политики дошкольных учреждений.

Список используемых источников:

1. Балакирев, С.В. Категорийный менеджмент в качестве современного подхода к управлению товарным ассортиментом/С.В. Балакирев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 5. – С. 3-11.
2. Белоусова Р.Ю. Технологии управления инновационными процессами в дошкольном образовании Нижегородской области: маркетинговый подход: монография/Р.Ю. Белоусова. – Н. Новгород: Нижегородский институт развития образования, 2011. – 173 с.
3. Дмитриченко, М. И. Управление ассортиментом товаров на торговых предприятиях современного формата /М.И. Дмитриченко, О. С. Зыбин, А. Л. Киятов // ТТПС. –2013. – №4 (26). – С. 23-25.
4. Зотов, В. В. Ассортиментная политика фирмы: учебное пособие / В.В.Зотов. – М.: Эксмо, 2006. – 240 с
5. Миргородская, О. Н. Категорийный менеджмент как современная маркетинговая технология управления товарным ассортиментом [Электронный ресурс]/ О.Н. Миргородская. – Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – № S17. – С. 36–40. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2014/14720.htm>, свободный

СЕКЦИЯ 13. ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
УДК 334.732.2

Баширова Н.П., Ляднова Д.С.
Омская юридическая академия (г.Омск)

ОПАСНОСТЬ УЧАСТИЯ В КРЕДИТНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВАХ НА ПРИМЕРЕ КПК «ЗОЛОТОЙ ФОНД»

Аннотация. В статье авторы рассматривают негативные аспекты кредитных потребительских кооперативов на примере организации КПК «Золотой фонд». Исследование основано на изучении законодательства и работе, проведенной во время прохождения практики.

Ключевые слова: кредитные кооперативы, финансовые пирамиды.

Bashkirova N.P., Lyadnova D.S.
Omsk Law Academy (Omsk)

DANGER OF PARTICIPATION IN CREDIT CONSUMER COOPERATIVES ON THE EXAMPLE OF CCC «ZOLOTOY FOND»

Abstract. In this article authors examine negative aspects of participation in credit consumer cooperatives on the example of CCC «ZOLOTOY FOND». Research is based on studying of legal system and work done during educational practice.

Keywords: credit cooperatives, financial Pyramids.

Печальный опыт знакомства с финансовыми пирамидами в нашей стране в девяностые годы прошлого века не смог обрубить интерес граждан к деятельности организаций такого рода. Несмотря на обозначенные еще в 2016 году Банком России маркеры финансовых пирамид, в 2018 году на всю страну прославилось инвестиционное общество «Кэшбери».

Но есть и менее известные, локальные случаи, когда люди, желающие быстро разбогатеть, лишаются всего. В том же 2018 году в Омске начались разборательства пайщиков против кредитного потребительского кооператива «Золотой фонд», известного затем под названием «Деловые инвестиции». Этот КПК осуществляет деятельность и в других городах – Иркутске, Челябинске.

Деятельность кредитных кооперативов осуществляется на основе федерального закона №190 «О кредитной кооперации». Возможно, именно четкое регулирование законодательством убеждает людей в надежности вкладов. Но в том же 2016 году Банк России упомянул организации, маскирующиеся под кредитные кооперативы, как один из видов финансовых пирамид. [2]

Чтобы отличить одно от другого, проанализируем деятельность «Золотого фонда» на основе предложенных ЦБ критериев.

- Выплата денежных средств новым участникам из денег, внесенных другими вкладчиками ранее.

По данному критерию обвинить «Золотой фонд» не в чем. В соответствии со статьей 3 Федерального закона №190-ФЗ деятельность КПК осуществляется путем привлечения денежных средств пайщиков и предоставления этих денег им же. [1]

- Обещание высокой доходности, в несколько раз превышающей рыночный уровень.

Из материалов Постановления ТУ ФАС России №340 от 30 ноября 2015 года следует, что в рекламе «Золотого фонда» содержалась следующая текстовая информация: «Начните удачный год с Золотым Фондом пополняйте свой личный бюджет 30 % годовых». На тот момент «Золотой Фонд» являлся членом НП СРО «Народные кассы-Союзсберзайм», правилами которой была установлена ставка не более 25%. [3]

- Гарантирование доходности.

- Массированная реклама в СМИ, интернете с обещанием высокой доходности. Эти критерии подтверждаются описанным выше примером.
- Отсутствие точного определения деятельности организации.

Постановлением Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 22 августа 2018 года была установлена обязанность «Золотого фонда» внести изменения в устав в части названия, так как слово «Фонд», содержащееся в нем, указывало на иную организационно-правовую форму и могло вводить пайщиков в заблуждение. [4]

Поговорив с несколькими пайщиками и узнав их печальный опыт с Золотым Фондом, мы можем сделать вывод, что это очередная финансовая пирамида.

Так, к нам в юридическую клинику пришли граждане, рассказав свои истории.

Они, как и многие другие, решили вложить свои деньги под большой процент (15-17% годовых). И вправду очень заманчивое предложение.

Между вкладчиками и Золотым Фондом заключались договоры о передаче членом (пайщиком) личных сбережений в пользование.

Вначале все было здорово, Сберегательный центр исправно выплачивал проценты, начисляемые на сумму личных сбережений пайщиков. Но по истечении срока договора в возвращении денежных средств и начисленных процентов было отказано.

Такие трудности в самом кооперативе (КПК) аргументируют тем, что у них существует заем санаторию «Рассвет» и он задержал перечисление денег самому кооперативу. Но, как показывает практика, пайщиков данный факт вообще не должен касаться. Есть условия договора и срок, после истечения всех сроков обязательства обязаны быть исполнены.

От организации поступило предложение заключить договор займа денежных средств, где люди, которым не вернули паевые взносы, будто бы получили деньги, но по доброй воле решили дать их займы уже переименовавшему себя «Золотому фонду» в ООО «Деловые инвестиции».

Тех, кто согласился оформить договор с «Деловыми инвестициями», немало. *«Говорили убедительно, что это делается для нашей же безопасности. Объясняли так, что это необходимость»*, - рассказали пайщики.

Договор займа истек, но выплат никаких не поступило. И снова в выплате денежных средств было отказано.

Печально и то, что большинство вкладчиков являются пенсионерами, вложившими свои последние накопления.

В работе «Золотого фонда» было много нарушений. Поэтому еще 8 февраля 2018 года Банк России вынес предписание о запрете деятельности компании. Кооперативу запрещено привлекать новых пайщиков, выдавать займы и привлекать личные сбережения. Председатель правления фонда Денис Панишев дисквалифицирован решением суда. Информация о признаках «финансовой пирамиды» направлена в правоохранительные органы.

Сейчас граждане подают коллективные иски, мы надеемся, что судебные тяжбы закончатся благополучно и обманутые пайщики получат свои деньги.

К сожалению, зачастую граждане не знают ни своих прав, ни обязанностей. Заключая договор о получении финансовой услуги, гражданин, как правило, подписывает его не читая, до конца не осознавая всех последствий. В связи с этим важно обеспечить понимание потребителем выбираемых им финансовых продуктов и услуг.

Так как обучение населения финансовой грамоте является долгосрочной задачей, в среднесрочном периоде предложение населению доступных для понимания финансовых продуктов и услуг может быть обеспечено за счет их стандартизации, в том числе договорной базы.

Финансовая грамотность предполагает формирование у населения базы общих знаний:

- о потребностях человека в течение всей его жизни и стандартных способах их удовлетворения за счет использования инструментов финансового рынка при соблюдении финансовой дисциплины;

- об основных продуктах и услугах финансового рынка, а также рисках, сопровождающих их использование;

- о способах получения информации о поставщиках, продуктах и услугах финансового рынка;
- о причинах и последствиях решений Банка России в области денежно-кредитной политики;
- об имеющихся возможностях защиты своих прав на финансовом рынке.

Список используемых источников:

1. Федеральный закон "О кредитной кооперации" от 18.07.2009 N 190-ФЗ // Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс».
2. Центральный Банк Российской Федерации, Интернет-приемная, О «финансовых пирамидах». Режим доступа: <https://www.cbr.ru/Reception/Faq/finp/>, свободный.
3. Постановление № 340 о назначении административного наказания по делу № 233 об административном правонарушении от «30» ноября 2015г. // База решений ФАС.
4. Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 22 августа 2018 Дело №А10-5889/2017.

УДК 338.23

Бердов А.А., Марков С.Н.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г.Омск)

БЮДЖЕТ ДЛЯ ГРАЖДАН – ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И СПОСОБ ВОВЛЕЧЕНИЯ УЧАСТИЯ ГРАЖДАН В БЮДЖЕТНОМ ПРОЦЕССЕ

Аннотация. В данной статье раскрывается сущность такого понятия как «бюджет для граждан». Данный феномен рассматривается как один из способов повышения финансовой грамотности населения, а также показывается роль «бюджета для граждан» в вовлечении населения в участие в бюджетном процессе страны. В качестве примеров приведены отдельные положения «бюджета для граждан» муниципального образования г. Омск.

Ключевые слова: бюджет, бюджетная система, бюджет для граждан, финансовая грамотность.

Berdov A.A., Markov S.N.

Financial University (Omsk)

BUDGET FOR CITIZEN – A TOOL FOR THE FORMATION OF FINANCIAL LITERACY AND A WAY TO INVOLVE CITIZEN IN THE BUDGET PROCESS

Abstract. This article reveals the essence of such concept as "budget for citizens". This phenomenon is considered as one of the ways to improve the financial literacy of the population, as well as the role of the "budget for citizens" in the involvement of the population in the budget process of the country. As examples, some provisions of the "budget for citizens" of the municipal formation of Omsk are given.

Keywords: budget, budget system, budget for citizens, financial literacy.

В современном обществе большое внимание уделяется повышению финансовой грамотности населения. Связано это с тем, что возрастает роль финансов, а также различного рода финансовых инструментов, что в совокупности оказывает воздействие на различные стороны деятельности государства и граждан. В связи с этим формируемая высокая осведомленность населения о базовых понятиях из области финансов, характерах и формах финансовых взаимоотно-

шений выступает в определенной степени гарантией сокращения количества финансовых манипуляций и мошенничества, что особенно часто в последнее время происходит в Интернет-пространстве [2, с. 21]. В целом же, для экономической безопасности государства, а также домохозяйств и хозяйствующих субъектов необходимо стремиться к высокому уровню финансовой грамотности населения. Именно поэтому целью данной работы служит раскрытие сущности и роли такого важного инструмента для повышения финансовой грамотности населения, а также для вовлечения граждан в участие в процессах, связанных с бюджетами всех уровней, как «бюджет для граждан».

Важное место в финансовой жизни общества отведено бюджету. Данные вопросы сопровождают человека на протяжении всей его жизни, именно поэтому знания в области бюджетной сферы помогают обеспечивать доступ населения к бюджетным ресурсам, а также способствуют повышению сознания населения в области финансовой грамотности и предоставляют возможность привлечь граждан к процессу расходования имеющихся ресурсов.

Бюджеты всех уровней, как известно, формируются с целью обеспечения органов государственного и муниципального управления необходимыми денежными ресурсами. Данные ресурсы, в свою очередь, требуются для выполнения бюджетных обязательств и доведения до всех граждан услуг в различных сферах жизнедеятельности [3, с. 40]. Нередко происходит так, что далеко не каждый человек в полном объеме владеет информацией о своих правах в отношении бюджетных ресурсов. Таким образом, отсутствие необходимых данных может приводить к убыткам. Например, нередки случаи, когда граждане не знают о том, что они могут получить налоговый вычет, допустим, за произведенные расходы на лечение или в случае приобретения квартиры, хотя они получили эту возможность в соответствии с законодательством. Эти примеры лишь подтверждают необходимость повышения финансовой грамотности населения и, соответственно, цель работы.

В 2013 году Правительством РФ были предприняты попытки, в результате которых была утверждена Программа повышения эффективности управления общественными, то есть государственными и муниципальными финансами на период до 2018 года [5]. Механизм Программы раскрывался через обеспечение открытости и прозрачности государственных и муниципальных финансов как необходимого условия увеличения эффективности расходования бюджетных средств. Для осуществления поставленных задач в 2013 году был создан общий проект Министерства финансов РФ и Открытого Правительства, именуемый «Бюджет для граждан» [5].

Данный проект направлен на обеспечение информацией граждан в части приоритетов бюджетной политики государства, региона и муниципального образования, условий формирования и параметров бюджетов разных уровней, плановых и фактических показателей использования средств бюджета. Проект также направлен на ознакомление граждан с информацией о бюджете, бюджетной системе в понятной форме, а также на совершенствование практик принятия участия граждан в бюджетном процессе и выработку системы мер по повышению финансовой грамотности населения.

Для наглядности рассмотрим информацию по теме «бюджет для граждан», которую разместила в свободный доступ Администрация города Омска на своем официальном сайте. На рисунке 1 можем увидеть упрощенную форму исполнения бюджета по состоянию на 1 декабря 2018 года [4]. Каждый желающий, не имеющий специального экономического образования может ознакомиться с информацией и изучить структуру исполнения бюджета города Омска, что позволит повысить знания в данной области. Мы видим, что информация представлена в простой и понятной наглядной форме, что обеспечивает легкость восприятия.



Рисунок 1. Исполнение бюджета (по состоянию на 01.12.18, млн. руб.)

На рисунке 2 можно рассмотреть муниципальные программы, в рамках которых ведется строительство объектов по состоянию на 1 января 2019 года в городе Омске [4]. Данные представлены в форме понятной таблицы, которую каждый желающий может изучить и сделать для себя выводы по поводу расходования бюджетных средств. В этом большой плюс «бюджета для граждан», что каждый обыватель может ознакомиться с актуальной информацией и повысить уровень своей финансовой грамотность.

Муниципальные программы	Расходы на адресную инвестиционную программу			
	2019 год	2020 год	2021 год	Всего
Доступное жилье и благоустройство	34 193 662,50	8 490 000,00	10 683 401,00	53 367 063,50
Развитие дорожного хозяйства и транспортной системы	744 157 021,72	151 980 702,03	64 822 288,10	960 960 011,85
Развитие образования	23 664 639,28	17 765 816,00	24 494 310,90	65 924 766,18
Развитие культуры	0,00	0,00	0,00	0,00
Развитие физкультуры, спорта и молодежной политики	0,00	0,00	0,00	0,00
Формирование комфортной городской среды	0,00	0,00	0,00	0,00

Рисунок 2. Муниципальные программы, в рамках которых ведется строительство объектов (по состоянию на 01.01.2019 г., руб.)

Одной из основных задач проекта является проведение анализа и выявление лучшей практики регионов и муниципальных образований по векторам проекта «бюджет для граждан». Исходя из результатов ежегодного опроса, с 2016 года все 85 субъектов РФ реализуют основные положения своих законов о бюджетах в понятной для населения форме [5].

Для того чтобы оценить результативность данного проекта, приведем несколько примеров. В 2017 году проводился ежегодный конкурс идей по реализации рассматриваемого нами проекта с награждением победителей в рамках Московского финансового форума. В номинации «бюджет для граждан» наградили Департамент финансов Брянской области за лучший «Бюджет для граждан» к закону об областном бюджете на 2017-2019 годы [6], к слову, Омская область не вошла даже в двадцатку номинантов.

В 2017 году Счетная палата РФ провела опрос о проекте «бюджет для граждан» как об информационном ресурсе на портале государственного и муниципального финансового аудита. 72,8% ответивших граждан сказали, что намерены участвовать в осуществлении проектов инициативного бюджетирования [5]. Невозможно не отметить, что население заинтересовано в реализации практики вовлечения граждан в части расстановки приоритетов расходов бюджета на местном уровне.

Известный шведский экономист Кнут Виксель в своей диссертации «Исследование по теории финансов» (1896 г.) говорил: «Единственным критерием справедливости государственных решений в области экономической политики является их соответствие «общественному договору» или гражданскому согласию», а для этого первоначально необходимо повышать уровень финансовой грамотности населения [1, с. 114].

Полагается, что «бюджет для граждан» должен объединить все составляющие бюджетных правоотношений, а именно доходы, расходы, а также систему так называемого межбюджетного выравнивания. Полное и осознанное понимание комплекса этих элементов бюджета позволит обеспечить большую вовлеченность населения в бюджетную область, повысить уровень заинтересованности каждого гражданина, а также сформировать более эффективную и справедливую систему распределения бюджетных ресурсов, а все это, в свою очередь, служит векторами рассматриваемого проекта.

Размещаемая информация на официальных сайтах администраций муниципальных образований, администраций субъектов РФ и Правительства РФ в части «бюджета для граждан» касается широкого комплекса бюджетных вопросов. При этом большинство сайтов предоставляют информацию в удобной для восприятия форме, а именно в виде различных схем, диаграмм и рисунков, как мы это с Вами увидели выше.. Но, несмотря на все попытки органов власти и местного самоуправления привлечь граждан, заинтересованность со стороны последних по-прежнему невысокая. Так встает вопрос: каким образом можно повысить активность граждан в области бюджета? Очевидно, что население будет активно проявлять интерес лишь в том случае, если оно будет видеть реальный эффект от своего участия.

Самой очевидной и хорошо воспринимаемой формой участия граждан в распределении бюджетных средств является реализация проекта «народная инициатива» [6]. В рамках данного проекта производится опрос граждан об их предпочтениях в использовании бюджетных средств. Изначально данная инициатива воспринималась достаточно неоптимистично, однако же, после получения первых реальных и довольно положительных результатов, население стало более активно в данном вопросе, стали активно поступать предложения по порядку проведения, по направлениям использования, по проектам. Активная вовлеченность граждан в бюджетный процесс, начиная со стадии планирования бюджета и заканчивая его исполнением и формированием отчета по его исполнению, - это и есть по большей части залог его эффективности. Если рассматривать с другой стороны, то существенно повышается градус ответственности органов управления и самоуправления, поскольку настоящий, всеобъемлющий контроль со стороны населения заставит четко координировать свои действия с общественным мнением. Одновременно с этим, что очень важно, становится практически невозможным несоблюдение законодательства, а также недопущение фактов нецелевого использования ресурсов.

Реализация проекта финансовой грамотности помогает сформировать ответственную гражданскую позицию у населения через четкое понимание и разграничение задач, а также функций, которые выполняет государственный бюджет. Данный проект способствует развитию и побуждению молодежи к формированию активной жизненной позиции по поводу предоставления государством, субъектом РФ, муниципальным образованием возможности принимать решения в распределении общественных финансов.

Подводя итог всему вышесказанному можно сделать вывод, что, «бюджет для граждан», а также различные формы его реализации – это прекрасная возможность для населения получить доступ в качестве непосредственного участника бюджетных правоотношений к бюджету, а также совместить интересы государства и каждого гражданина; это инструмент повышения финансовой грамотности населения, так как представленные в нем данные понятны гражданам и не требуют определенных профессиональных знаний в области экономики и финансов. Вместе с тем, финансовая грамотность является одним из основных элементов обеспечения открытости данных о бюджете, повышения понятности реализуемой бюджетной политики и вовлечения наиболее активных граждан в процессы обсуждения и разработки предложений для принятия бюджетных решений. «Бюджет для граждан» - это достаточно результативный инструмент по-

вышения финансовой грамотности населения, потому что он прост к восприятию и у него интуитивно понятный интерфейс, раскрывающий основные характеристики бюджета и бюджетного процесса региона, с использованием инфографики, виджетов, принципов последовательной детализации данных. Значит можно сделать вывод о том, что «бюджет для граждан», действительно, является как инструментом для повышения финансовой грамотности населения, так и способом вовлечения граждан РФ в участие в бюджетном процессе страны.

Кроме того, повышая уровень финансовой грамотности населения, как мы выяснили, при помощи такого инструмента как «бюджет для граждан», можно достичь высоких темпов экономического роста, снизить социальную напряженность в обществе, обеспечить успешное взаимодействие государства и общества, а также вовлечь граждан в бюджетный процесс.

Список используемых источников:

1. Белоусов, Ю.В. Анализ уровня открытости бюджетных данных в субъектах Российской Федерации [Текст] / Ю.В. Белоусов // Финансовый журнал. – 2015. – №3. – С. 110-114.
2. Бердов, А.А. Финансовые расходы современной молодежи: методы и пути их оптимизации [Текст] / А.А. Бердов. В.В. Завадская // Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации: Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов: в 2 частях. / Под ред. В.А. Ковалева и А.И. Ковалева. – Омск, – 2018. – С. 21-25.
3. Марков, С.Н. Финансовые ресурсы бюджетных учреждений и направления их использования: теоретический аспект [Текст] / С.Н. Марков // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2017, – №1 (21), – С. 39-44.
4. Бюджет для граждан / Официальный портал Администрации города Омска. [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <http://admomsk.ru/web/guest/progress/budget/open.html>, свободный.
5. «Бюджет для граждан» – один из главных шагов к понятному правительству / Сайт Открытого правительства. [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <http://open.gov.ru/events/5508806.html>, свободный.
6. О лучших практиках в области федерального, региональных и местных бюджетов для граждан [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <http://www.minfin.ru/performance/forms/budget.html>, свободный.

УДК 337.76

Вилочкова Е.С., Прусова В.И.

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет
(г. Москва)

ЧЕРЕЗ КОНСТРУКТИВИЗМ К ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

***Аннотация.** Развитие финансового рынка определяет важность принятия грамотных финансовых решений домохозяйствами. Финансовая грамотность способствует обеспечению материального благополучия каждому индивиду и становится важным навыком жизни человека. Однако, соответствующими финансовыми знаниями и умениями обладает незначительная часть населения страны, что является угрозой стабильной реальности домохозяйств и сбалансированному макроэкономическому развитию. Кроме того, авторы предлагают для повышения финансовой грамотности использовать конструктивистский подход в образовательной среде. Закономерным итогом исследования явился вывод о целесообразности развития финансовых компетенций домохозяйств для обеспечения их финансовой безопасности.*

***Ключевые слова:** финансовый рынок; финансовая грамотность; финансовая неграмотность; финансовая безопасность; домохозяйство; конструктивизм; компетенции.*

Vilochkova E.S., Prusova V.I.

Moscow automobile and road state technical University (Moscow)

USING CONSTRUCTIVISM TO FINANCIAL LITERACY

Abstract. *The development of the financial market determines the importance of competent financial decision-making by households. Financial literacy contributes to the material well-being of each individual and becomes an important skill in human life. However, only a small part of the country's population has the relevant financial knowledge and skills, which is a threat to the stable reality of households and balanced macroeconomic development. In addition, the authors propose to improve financial literacy to use a constructivist approach in the educational environment. A natural result of the study was the conclusion about the expediency of the development of financial competencies of households to ensure their financial security.*

Keywords: *financial market; financial literacy; financial literacy; financial security; households; constructivism; competences.*

В XXI веке уровень финансовой грамотности домохозяйств влияет на экономическое развитие государства. Рост реальных доходов населения повышает возможности индивидов относительно потребления финансовых продуктов для сохранения или увеличения личных сбережений. Однако незнание основных принципов функционирования рынка финансов является серьезной проблемой для общества.

На сегодняшний день отмечается высокий уровень финансовой неграмотности населения. Финансовая неграмотность – это недостаточное понимание в области личных финансов. Личные финансы – это личный бюджет (деньги). Кроме денег, к личным финансам следует отнести ценные бумаги и принятие решений о кредитных операциях.

Финансовой неграмотностью прежде всего страдают пенсионеры и люди предпенсионного возраста. Эксперты считают, что молодежь также не всегда обладает финансовыми знаниями, которые помогают совершать финансовые действия без ошибок [3, с. 86; 4, с. 186].

По мнению авторов, существенные проблемы в финансовых вопросах возникают у молодых людей, которые получают гуманитарное, медицинское и техническое образование. Поэтому, в учебных заведениях для привития необходимых умений и навыков обучаемых в области финансов преподаватели экономических дисциплин предлагают использовать в процессе обучения разнообразные методики, составленные на реальных финансовых ситуациях (дискуссии, кейсы, деловые игры, ролевые игры и т.п.) [1, с. 157].

Финансовая грамотность учащейся молодежи – важное средство долгосрочного оздоровления финансовой системы государства, эффективная мера обеспечения повышения стандартов качества жизни и финансовой безопасности населения и будущих поколений граждан.

Авторы высказывают мнение, что в условиях компетентного подхода в образовательном процессе ставку при изучении дисциплины «Рынок ценных бумаг» (РЦБ) в техническом университете следует делать на конструктивизм как основу повышения финансовой грамотности. Традиционное преподавание строится на базе передачи знаний, обучаемый занимает пассивную позицию. При конструктивистском подходе – на первое место выходит желание обучаемого активно расширять свои знания. Существует четыре конструктивистских принципа. Первый – ситуативность на основе подлинных проблем, второй – обучение в множественных контекстах, третий – обучение с разных перспектив и четвертый – обучение в социальном контексте.

По мнению авторов, обучение студентов проходит более продуктивно, когда им предлагается решить конкретные задачи, поучаствовать в «почти» конкретных ситуациях.

Дисциплина «Рынок ценных бумаг» студентами воспринимается не просто. Материал выглядит, пользуясь сленгом обучаемых, слегка «занудно». Все расписывается как по нотам: термины, определения, законы, анализ. Предлагаем реальную ситуацию: изучаем проблему инвестирования. Первый конструктивистский принцип, где исходным пунктом обучения служат конкретные и комплексные ситуации начинают активизировать учебный процесс, заставляя студентов отходить от инертных знаний [5, с. 13].

Их рассуждения начинают носить вполне конкретный характер.

1. Инвестирование на рынке ценных бумаг – достаточно сложный и трудоемкий процесс, где человеческий фактор играет важную роль (преимущественно проявляется у краткосрочных инвесторов, чем у долгосрочных) [6, с. 145]. Механизм работы краткосрочных инвесторов: низко купить, то есть дешево и высоко продать (продать по более высокой цене и заработать на разнице) или сразу высоко продать, взяв займы акции у брокера («зашортить») и также заработать на разнице (сделка держится в течение нескольких часов или минут).

2. В инвестировании существует различные понятия отдельных процессов. Например, работа по тренду, речь идет о моменте, когда цена актива движется строго вверх или вниз. Психологически неподготовленный спекулянт начинает покупать, если видит движение вверх, или продавать, если движение вдруг начинает меняться. Результат – он теряет деньги. Рынку свойственно двигаться постепенно, присущими ему корректировочными моментами. Но у импульсивного инвестора нет выдержки и психологической подкованности, чтобы реально оценить ситуацию и не закрывать отличную позицию в лонг на уровне коррекции. Если ситуация складывается не в его пользу, он начинает нервничать и закрывать свои позиции, хотя это была лишь коррекционная волна. Эмоции – самый главный враг инвестора. Рынок – это мнение людей о цене, поэтому нужно уметь читать его грамотно со здравым рассудком, строго опираясь на свою торговую систему и четко, следуя ей.

В данных рассуждениях следует отметить тот факт, что обучаемые не только понимают, что следует делать, но и отмечают, что при инвестировании необходимо учитывать психологический аспект [2, с. 103].

Говоря об участниках РЦБ, обучаемые подробно рассматривают деятельность брокера и дилера, деятельность по управлению ценными бумагами, ведению реестра, организации торговли на РЦБ, клиринговую и депозитарную деятельность [7, с. 9]. Допускаем, что кто-то из обучаемых будет работать трейдером. С какими проблемами столкнется трейдер?

1. Страх. На рынке может быть благоприятный момент, но боязнь получить убыток часто берет вверх над участником торгов, что может быть обусловлено большим коэффициентом волатильности рынка (движение цены в достаточно широком диапазоне и возрастание рисков), и сводится к психологии. Если имеется четко выраженный сигнал торговой стратегии в рынок стоит заходить и не выходить из него до тех пор, пока текущая тенденция не перестанет затухать (сразу рынок не пойдет в желаемом направлении, для этого ему нужно некоторое время).

2. Жадность. Одна из самых обидных ситуаций, которая может быть у инвестора – это закрытие сделки в убыток по заранее грамотному входу и определению направления цены. В народе это называют жадностью, на профессиональном языке – «передержал позицию». Это тот момент, когда трейдеру давно пора выйти из сделки, так как об этом свидетельствуют показания его торговой системы, ценовых и графических моделей, или выход важной новости, влияющей на определенный актив. Но трейдер все равно остается в сделке по причине своей жадности. В этом примере прослеживается понимание обучаемых, что причиной многих финансовых неудач является слабая психологическая подготовка.

Развитие финансовых компетенций обучаемых рассмотрим на примере проведения дискуссии об успешности работы и провалах в ожидании на РЦБ (недостоверная информация, ложная реклама). Удачно и успешно все складывается у профессионалов. Надо просто к ним прислушаться. «Покупайте акции ПАО «Аэрофлот» и зарабатывайте с нами по прогнозам наших опытейших аналитиков». И многие начинают просто слепо верить этим прогнозам.

Наступает момент открытия личных позиций по прогнозам вымышленных аналитиков, а закрытие сделки происходит в убыток. Встает вопрос, почему так происходит? Потому что рынок – это субъективный вид заработка и видения ситуации. Одни аналитики могут сказать так, другие иначе. Но люди верят всему, особенно верят тогда, когда кто-то другой имеет в определенной сфере больший успех и опыт, чем они сами. Однако, рынок – это иная сфера. Как сказал известный биржевой спекулянт А. Элдер, заработавший многомиллионное состояние: «Я оставляю право изменять мои торговые системы, т.к. они не могут подойти каждому, ибо рынок – это субъективное видение каждого трейдера». Это был первый тип стадного мышления. Второй

тип гораздо проще. Во время движения рынка в определенную сторону, множество инвесторов открывают позиции непосредственно в направлении этого движения. Но рынок уже в достаточной степени перекуплен, или перепродан. Поэтому стоит либо совсем закрыть позицию, либо открыть сделку в противоположном направлении. Понять это могут только те участники торгов, которые учитывают мнение толпы, не верят ей слепо, ставя ее мнение под сомнение, а свое – делая приоритетным.

Авторы считают, что конструктивистский подход при изучении дисциплины «Рынок ценных бумаг» и других экономических дисциплин позволит приобрести обучаемым теоретико-практические навыки, а практический опыт появится в профессиональной сфере при использовании финансовых инструментов.

Подводя итоги, следует подчеркнуть, что в современном мире домохозяйства являются активными участниками финансовых отношений. Каждое домохозяйство принимает решения относительно имеющихся в их распоряжении денежных средств. Повышение финансовой грамотности в стране обусловлено необходимостью формирования рационального потребления, оценки личных возможностей и рисков, эффективного инвестирования и приумножения благосостояния населения, принятия осознанных решений в сфере банковских операций.

Список используемых источников:

1. Безновская, В.В. Проектное обучение – интерактивная форма изучения экономических дисциплин [Текст] / В.В. Безновская, В.И. Прусова // В сборнике: Двадцать третьи апрельские экономические чтения. Материалы международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 157–161.
2. Безновская, В.В. Экономика и психология [Текст] / В.В. Безновская, В.И. Прусова // В сборнике: Ценности и интересы современного общества. – 2013. – С. 103–107.
3. Козлова, Д.С. Исследование поведенческих особенностей участников рынка ценных бумаг на макроуровне [Текст] / Д.С. Козлова, В.И. Прусова, В.В. Безновская // В сборнике: Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации. Под ред. В.А. Ковалева и А.И. Ковалева. – Омск, 2018. – С. 86–89.
4. Прусова, В.И. Модели поведения домохозяйств в экономике [Текст] / В.И. Прусова, В.В. Безновская // В сборнике: Актуальные вопросы развития экономики Материалы международной научно-практической конференции к 100-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Под редакцией В.А. Ковалева, А.И. Ковалева. – 2018. – С. 186–190.
5. Прусова, В.И. Педагогический опыт: методика преподавания дисциплины «Рынок ценных бумаг» [Текст] / В.И. Прусова, В.В. Безновская, В.В. Рассолова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2017. – № 6. – С. 13–17.
6. Прусова, В.И. Инвестирование в ценные бумаги и памм-счета [Текст] / В.И. Прусова, В.В. Безновская, А.В. Милешкина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2017. – № 4-1. – С. 144–151.
7. Прусова, В.И. Роль инвестиционных инструментов в экономике [Текст] / В.И. Прусова, В.В. Безновская, А.И. Маркина // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. – 2016. – № 2 (8). – С. 9.

УДК: 336

Волкова А.Д.

Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Омск)

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные проблемы повышения уровня финансовой грамотности населения в Российской Федерации и пути их решения. Автором статьи предложен анализ и оценка финансовой грамотности населения в РФ.

Ключевые слова: финансовая грамотность населения, уровень финансовой грамотности населения, финансовая система.

Volkova A.D
Financial University (Omsk)

FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. The article deals with topical issues of increasing the level of financial literacy of the population in the Russian Federation and ways to solve them. The author of the article offers an analysis and assessment of the financial literacy of the population in the Russian Federation.

Keywords: financial literacy of the population, the level of financial literacy of the population, the financial system.

Одним из элементов финансовой системы является финансовая грамотность населения. Финансовая грамотность - это достаточные знания и умения в области финансов, которые позволяют осуществлять разумные решения и оценивать ситуацию на рынке.

Финансовая грамотность показывает, как с помощью различных финансовых решений не накапливать чрезмерную кредитную задолженность, использовать эффективно свои личные сбережения накопить резервный капитал и стать финансово грамотным человеком.

В России финансовая грамотность находится на очень низком уровне. Недостаточная финансовая грамотность является большой проблемой для развития финансового рынка и финансовым инструментам. Но в скором времени программы по повышению финансовой грамотности населения реализуются и население станет более финансово грамотным.

На сегодняшний день можно утверждать, что каждый человек участник рынка финансовых услуг, поэтому финансовая грамотность в жизни человека играет немаловажную роль. В настоящее время очень много финансово неграмотных людей, которые так и не научились распоряжаться своими финансами. Финансовая неграмотность людей приводит к тому, что люди берут потребительские кредиты, занимают деньги в долг и т.д. Чтобы избежать таких проблем и стать финансово независимым необходимо освоить финансовую грамотность.

По результатам всероссийского опроса, проведенного аналитическим центром НАФИ в сентябре 2018 года, по сравнению с прошлым годом россияне стали выше оценивать свой уровень финансовой грамотности. Больше семей стали вести ежемесячный учет расходов и доходов и сравнивать условия предоставления финансовых услуг в разных компаниях. [4]

Хорошие оценки своей финансовой грамотности в 2018 году дали 17% россиян (по сравнению с прошлым годом увеличилось на 5%). Практически без изменений остались доли тех, кто оценил свои знания и навыки в области финансов как удовлетворительные (47%, сокращение на 3%) и неудовлетворительные (36%, сокращение на 2%) (рисунок 1). [2]

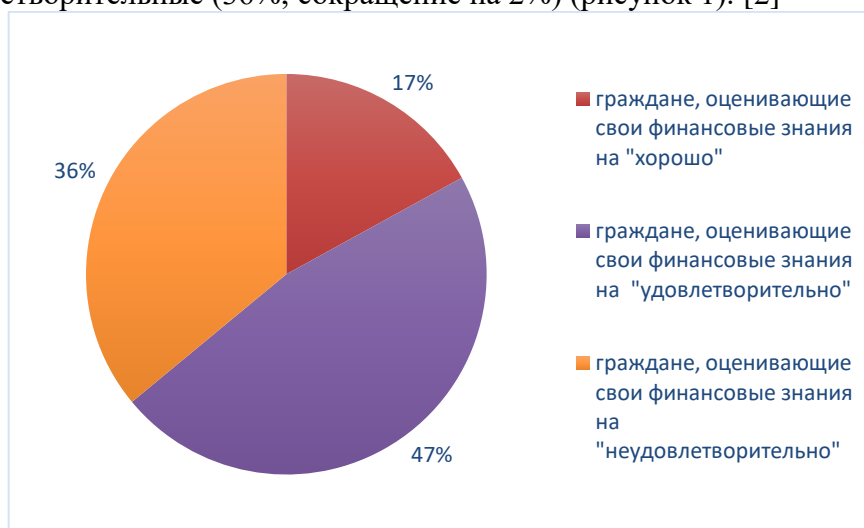


Рисунок 1 – данные социологических исследований.

Выше других свою финансовую грамотность оценили опрошенные в возрасте 25-34 лет (21%), 35-44 лет (23%), и те, кто имеет высшее образование (28%). Низкие оценки дали люди старше 55 лет (46%) и люди без высшего образования (42%). Проведен опрос среди россиян на сколько они считают себя грамотными в области финансов (данные представлены в таблицах).

Также данные НАФИ свидетельствуют о том, что на сегодняшний день большинство россиян не умеют решать задачи в сфере финансового планирования, а также защищать свои права при взаимодействии с другими экономическими агентами. Так, например, о том, какие существуют способы защиты от мошенничества в финансовой сфере, знает лишь 12% опрошенных. Половина, опрошенных вообще не имеет понятия, какие законы защищают права потребителей и что следует делать, если эти права нарушаются, что свидетельствует о низком уровне владения базовой экономической и юридической информацией. [4]

Вопросами повышения финансовой грамотности населения обеспокоены уже давно. Впервые эту проблему начали обсуждать в 2006 году в Санкт-Петербурге министров финансов «G8» и на этой встрече Россия выступила инициатором включения вопроса о повышении финансовой грамотности населения в повестку дня международных встреч. Это предложение было принято и актуальность этой работы стала очевидна, когда произошел мировой финансовый кризис 2008 - 2009 годов.

На сегодняшний день проблема финансовой грамотности стала актуальна не только для государства, но и для самих граждан. Разрабатываются различные программы, пишутся статьи и учебники по этой теме, в некоторых школах России даже вводится такой предмет.

Министерство финансов России представило свою программу, которая называется «Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 годы». Этот документ нацелен на увеличение финансово грамотных граждан. Целью стратегии является создание основ для формирования финансово грамотного поведения населения как необходимого условия для повышения финансовой грамотности граждан.

Задачи стратегии:

1. Повышение охвата аудитории и качества финансового образования населения;
2. Обеспечение необходимых методических ресурсов и институциональной базы образовательного сообщества;
3. Разработка механизмов взаимодействия государства и населения для обеспечения повышения финансовой грамотности.

Стратегия разработана на период с 2017 года по 2023 год. Первый этап реализации запланирован на 2017-2019 годы. По итогам первого этапа реализации стратегии будет проведен анализ результатов мероприятий, все ли цели, задачи достигнуты и каков результат. Если это будет необходимо, то цели и задачи будут скорректированы, чтобы дать более эффективный результат. [5]

Второй этап осуществления данной стратегии запланирован на 2020-2023 годы. Практическое осуществление целей, задач и ключевых направлений стратегии будет реализовываться в соответствии с планом мероприятий согласно осуществлению данной стратегии, утверждаемым Правительством Российской Федерации и Центральным Банком Российской Федерации.

Прогнозируемым итогом осуществлении данной стратегии является достижение основной цели и создание основ для формирования финансово грамотного поведения населения, как необходимого условия для экономического роста страны и благополучия домашних хозяйств.

Итогом осуществления данной стратегии станет финансово грамотное население, повысится уровень финансового образования, граждане смогут обеспечить себя финансовой безопасностью и защитой прав потребителей финансовых продуктов и услуг. [3]

Для доработки и разрешения проблем по программе финансовой грамотности населения государству необходимо обратить внимание на многие факторы такие как: прозрачность предоставленных услуг, более доступная информация по финансовой грамотности, стандартизирование видов страхования. Если все меры реализовать, то всё станет доступнее и понятнее человеку с любым уровнем финансовой грамотности.

Обобщая проведенное исследование следует отметить, что уровень финансовой грамотности населения в России довольно низкий этому способствует ряд вышеизложенных причин, но это повод для того, чтобы развиваться, создавая различные программы по повышению финансовой грамотности населения. Люди, обладающие финансовыми знаниями, должны:

- принимать обоснованные и рациональные финансовые решения
- становится ответственными в управлении своими финансами
- вести подробный учет доходов и расходов семейного бюджета
- стать более информированными относительно предлагаемых на рынке финансовых услуг и продуктов
- знать основы инвестирования и накопления средств.

Также в младших классах можно проводить различные развлекательные игры и эстафеты, в старших рассматривать на уроках различные финансовые инструменты, смотреть фильмы о них. В высших учебных заведениях проводить мероприятия по финансовой грамотности, викторины, экономические диктанты и т.д. Для среднего и старшего поколения формировать обзорные программы по экономическому образованию. Такого рода занятия должны быть постоянными, обзорными и добровольными. Человек должен сам быть заинтересован, а для этого ему необходимо показать значимость этой информации и как её применить в жизни.

После реализации всей системы повышения финансовой грамотности можно будет с уверенностью говорить о повышении экономического роста, для достижения гражданами личных финансовых целей и для стабильного будущего.

Список используемых источников:

1. Аналитический центр НАФИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nafir.ru/>, свободный.
2. Белехова, Г.В. Оценка финансовой грамотности населения и пути ее повышения Проблемы развития территории. [Текст] / Г.В. Белехова // – 2013. – № 4 (60). – С. 96–109.
3. Ковальчук, А. В. Оценка уровня финансовой грамотности населения в России [Текст] / А.В.Ковальчук // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 1 (январь).
4. Коркин, Р. И. Финансовая грамотность населения: зарубежный опыт и отечественные реалии [Текст] / Р.И. Коркин // Экономические науки Мониторинг общественного мнения. – 2013. – № 4 (88). – С. 82– 86.
5. Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 – 2023 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn--80aaeza4ab6aw2b2b.xn--p1ai/strategy/>, свободный.

УДК 336.025

Сибилёва С.Д., Джойс Э.А.

Омская Академия Министерства внутренних дел РФ (г. Омск)

ПРОБЛЕМЫ БОРЬБЫ С КОНТРАФАКТНОЙ И ФАЛЬСИФИЦИРОВАННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ

Аннотация. В статье анализируются современные проблемы борьбы с контрафактной и фальсифицированной продукцией, обоснована необходимость расширенного подхода к решению проблем, включающего себя совершенствование законодательства и введения новых систем контроля качества.

Ключевые слова: контрафактная продукция, фальсифицированная продукция, систем контроля, санкции.

Sibileva S.D., Dzhoys E.A.

Omsk Academy of the Ministry of Interior of Russia (Omsk)

PROBLEMS OF STRUGGLE AGAINST CONTRACTING AND FALSIFIED PRODUCTION

Abstract. The article analyzes the current problems of combatting counterfeit and counterfeit products, substantiates the need for an expanded approach to solving problems, including improving legislation and introducing new quality control systems.

Keywords: counterfeit products, falsified products, control systems, sanctions

Производители товаров потребления, отвечают по обязательствам перед покупателями, несут гарантийную ответственность, их товары проходят ГОСТы и безопасны при использовании. Крупные компании, которые давно на рынке и зарекомендовали себя с хорошей стороны, устанавливают цены доступные не каждому гражданину. Именно поэтому, в настоящее время, существует много фирм, желающих извлечь максимальную прибыль от производства поддельной продукции. Конечно, предпосылок для изготовления фальшивого изделия много, но основными причинами является не совершенствование законодательной базы, отсутствие механизмов регулирования, низкая заинтересованность исполнительной власти.

В связи с выше сказанным следует обратить внимание на то, что в теории и практики выделяют два схожих понятия, это контрафактная продукция и фальсифицированная продукция. Большинство потребителей предполагают, что эти понятия идентичны, но это не так.

В соответствии ст.1515 и ст.1519 Гражданского Кодекса контрафактная продукция – это изготовление, выпуск, товара с нарушением авторского, интеллектуального и иного права, а также производство продукции не соответствующего качества, стандарта, технических характеристик и незаконного размещения товарных знаков [1]. К данной категории можно отнести выпуск товара с схожими названиями известного бренда. Примером этому может служить подделка одежды лейбла Adidas, GUCCI, NEW BALANCE и др. В таком продукте производитель умышленно меняя несколько букв, рассчитывая на безграмотность потребителя. Вторым распространённым способом изготовления контрафактной продукции является полное копирование всех свойств известного бренда. Здесь используется не только идентичное название фирмы, логотипа, но и все его внешние свойства. К внешним свойствам относятся: качество изделия, размер, цветовая палитра используемого текстиля и материалов. Также можно выделить и третий вид контрафакта, это «пиратство». При такой форме контрафактной продукции нарушаются не только авторские, но и смежные права. При данном виде происходит копирование музыкальных, художественных, литературных произведений без соглашения и разрешения на это правообладателя. В последнее время в России активно борются с пиратством, в кинозалах зрителей предупреждают об ответственности за копирование материалов фильма без разрешения правообладателя, в интернете блокируются сайты, которые содержат пиратские копии музыкальных и литературных произведений. Но при всех попытках борьбы с пиратством в интернете есть множество схем обхода блокирования сайта. В настоящее время в России заблокирован torrent tracker кинозал tv и рутрекер, переходя по ссылке браузеры отображают как сайт недоступный для использования либо как несуществующий сайт. Но и это можно обойти, в адресной строке браузера устанавливается экономия трафика Google Chrome и сайты которые были заблокированы для использования становятся доступными для просмотра.

Появление на российских рынках контрафактной продукции несет огромный удар по экономике страны, по данным Правительства Российской Федерации незаконный товарооборот на 2018 год достиг 50%. В свою очередь министр промышленности и торговли Российской Федерации Д. В. Мантуров отметил, что в некоторых секторах экономики доля недоброкачественного товара составляет 30%.

Фальсифицированная продукция – это выпуск товара очень низкого качества, который производитель выдает за оригинал. Данное понятие в основном употребляется в отношении алкогольных напитков, табачных изделий, лекарственных средств и продуктов питания. Наиболее

частым фальсификатом является изготовление алкогольных напитков и лекарственных препаратов.

Для подтверждения вышесказанного, необходимо проанализировать официальные статистические показатели, связанные с выявлением правонарушений, в сфере незаконного производства, оборота этилового спирта и алкогольной продукции за последние 3 года. Согласно статистическим данным Главного Информационно-Аналитического Центра МВД России (ГИАЦ МВД России), позволили определить положительную динамику сокращения числа правонарушений, за этот период число преступлений сократилось со 132 312 до 109 471. [4]. Этот факт обосновывается тем, что с 1 июля 2018 года все субъекты занимающиеся хранением и сбытом алкогольной продукции перешли на Единую Государственную Автоматизированную Информационную Систему (далее ЕГАИС). Все крупные производители обязаны организовать работу так, чтобы работники маркировали каждую бутылку, путем нанесения двухмерного штрих-кода и кодового значения ЕГАИС. Все представители оптово-розничного сегмента обязаны будут реализовывать спиртосодержащие продукты поштучным путем, сканируя каждую единицу товара и внося данные в ЕГАИС.

Вторым актуальным направлением по борьбе с контрафактной продукции является сфера выпуска медикаментов. По данным Всемирной организации здравоохранения, около 10% всех проданных лекарственных средств в мире является подделкой. В России, по различным данным, реализуется от 3 до 12% поддельных медикаментов. В связи с этим были внесены поправки в Федеральный Закон от 12.04.2010 в ред. от 27.12.2018 № 61 ФЗ «Об обращении лекарственных средств» и новые изменения, касающиеся лекарств, вступят в силу 01.01.2020 года [5]. Именно с этого момента в России будет введена обязательная маркировка лекарственных средств, и любой житель страны сможет проверить с помощью системы легальность препарата.

По мнению Директора Национального института медицинского права Павловой Ю.В., новая система обязательной маркировки лекарств позволит в стране избавиться от фальсифицированных лекарственных препаратов. Эта система будет представлена в виде специального устройства, которое будет считывать специальный код с лекарственного средства и выдавать данные о составе и производителе. Следует отметить, что данная программа маркировки является новшеством в мире и Россия является новатором.

Актуальной проблемой борьбы с контрафактной продукции является и то, что Российской Федерацией не используются жесткие санкции за последствия изготовления и распространения контрафакта.

Согласно ст.1515 ГК РФ продавец должен за свой счет изъять из оборота контрафактную продукцию и выплатить правообладателю компенсацию либо возмещение убытков [1].

В случаях незаконного использования товарного знака, знака обслуживания или сходных с ними обозначений к нарушителям применяются следующие штрафы (ч. 1 ст. 14.10 КоАП РФ): для граждан от 5 т. р. до 10 т. р., для должностных лиц от 10 т.р. до 50 т. р., для юридических лиц от 50 т. р. до 200 т. р. [3].

При более тяжких последствиях торговли контрафактом и фальсификатом ответственность наступает по нормам Уголовного кодекса.

Например, уголовная ответственность возникает, если нарушение авторских прав причинило крупный ущерб правообладателю (ст. 146 УК РФ). Если автор понес ущерб в крупном размере (более 100 т. р.), то наказание может варьироваться от штрафа в размере до 200 т. р. до лишения свободы на срок до двух лет. Если же ущерб превысил 1 млн руб., либо деяние было совершено группой лиц, то штраф может быть увеличен до 500 т. р. и применяется совокупно с принудительными работами до 5 лет, или лишением свободы на срок до 6 лет.

Производство, ввоз и продажа фальсифицированных лекарственных средств и медицинских изделий в крупном размере (свыше 100 т. р.) может повлечь уголовное наказание по ст. 238.1 УК РФ в виде принудительных работ, или лишения свободы на срок 3-5 лет со штрафом от 500 т. р. до 2 млн р. [2].

Более тяжелые случаи, когда лекарственный фальсификат стал причиной тяжкого вреда здоровью или смерти людей, наказываются лишением свободы на 5-12 лет со штрафом от 1 млн. р. до 5 млн. р.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что сегодня в Российской Федерации множество сфер, в которых повсеместно используется контрафакт и фальсифицированная продукция. Этот факт свидетельствует о том, что производитель пытается умышленно получить максимальную прибыль, производя товары ненадлежащего качества. Но законодательство совершенствуется и активно ведется борьба с искоренением случаев в отношении недобросовестных производителей и продавцов, путем введения новых систем контроля качества.

Список используемых источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».
2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».
3. Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации [Электронный ресурс]: от 30.12.2001 № 195-ФЗ // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».
4. Официальный сайт федерального казенного учреждения «Главный информационно-аналитический центр МВД России» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.fku-giaz-mvd.html>. свободный.
5. Об обращении лекарственных средств: Федеральный закон № 61-ФЗ от 12.04.2010 // Правовая справочно-информационная система «Консультант плюс».

УДК: 346.6

Сташенко Е.А.
Омская Юридическая Академия (г. Омск)

К ВОПРОСУ О ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ РЕГУЛИРОВАНИИ МИКРОФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

***Аннотация.** В статье анализируется деятельность микрофинансовых организаций. Рассматриваются проблемы, возникающие при осуществлении микрофинансовой деятельности. Автором формируются предложения по совершенствованию законодательного регулирования микрофинансового института.*

***Ключевые слова:** микрофинансовые организации, микрофинансовая деятельность, микрозайм, законодательное регулирование.*

Stashenko E.A.
Omsk Law Academy (Omsk)

THE QUESTION OF LEGISLATIVE REGULATION OF MICROFINANCE ACTIVITIES IN THE RUSSIAN FEDERATION

***Abstract.** The article analyzes the activities of microfinance organizations. The problems arising in the implementation of microfinance activities. The author of the formed proposals to improve the legislative regulation of the microfinance institution.*

***Keywords:** microfinance organizations, microfinance activities, microloans, legislative regulation.*

В настоящее время, все большую востребованность у граждан России приобретают услуги микрокредитных организаций. Чаще всего, это те, кто не имеет другой возможности получить

необходимую сумму денег. Около половины россиян (46%) считают, что «займы до зарплаты» — нужная услуга, 47% придерживаются обратного мнения. [1]

По данным Центрального Банка Российской Федерации, около 30% портфеля микрозаймов, выданных микрофинансовыми организациями физическим лицам, составляют краткосрочные займы. [2]

Действительно, большинство из тех граждан, которым срочно нужны деньги, идут на получение микрозайма из-за отказа в банке (28% всех респондентов [1]).

Но не всегда это связано с чрезвычайными ситуациями, многие граждане не умеют управлять своими расходами, совершают необдуманные покупки, не могут рационально распределить свой бюджет, не умеют здраво смотреть на свою способность оплатить кредит в дальнейшем. Прибегая к микрозайму, из-за заманчивых предложений, можно попасть в трудное финансовое положение, то есть получить обратный эффект.

Согласно исследованиям, каждый десятый гражданин России готов подписать, финансовые документы, не читая. Только 2% граждан оценивают свои финансовые знания на отлично, 20 % же оценивают свои знания как нулевые. [3]

Таким образом, слабая осведомленность населения в вопросах микрокредитования приводит неграмотных заемщиков в “денежную кабалу”. Этому, в частности способствует упрощенная процедура получения кредита.

Исходя из практики, для того чтобы получить микрозайм достаточно только паспорта и несколько минут времени на заполнение договора, в некоторых случаях микрозайм можно получить даже по водительскому удостоверению.

На наш взгляд, высокая процентная ставка за просрочку данного договора и объясняется «мгновенностью» получения такой услуги. Микрофинансовые организации несут ежегодные потери из-за недобросовестных пользователей их услуг, вследствие чего добросовестные заемщики платят за неплательщиков кредитов.

При получении кредита в банке, чаще всего, проводится собеседование, формируется кредитное досье, проверяется правосубъектность потенциального клиента, его кредитная история и платежеспособность. Это достаточно долгий процесс, так как потенциальному клиенту приходится предоставлять большое количество документов, для их скрупулёзного изучения банком.

Но именно углубленное изучение способов обеспечения обязательства, оценка их достоверности и защищает плательщика от “долговой ямы”. А предоставление большого количества документов от обмана, как со стороны заемщика, так и со стороны займодавца. Отсюда и вытекает множество мошеннических схем, достаточно утратить свой паспорт, и вы «потенциальный» должник микрофинансовой организации. Даже ксерокопии паспорта достаточно, чтобы использовать данные для получения микрозайма.

Стоит вспомнить цитату одного американского автора: “Ваши дела процветают, если у вас достаточно денег, чтобы получить кредит в банке”, в этом и есть приоритет микрофинансовых организаций над банком. Микрофинансовые организации представлены в небольших населенных пунктах, где нет банковских офисов, они предлагают продукты, с которыми не работают банки (займы без обеспечения, на короткий срок и на незначительные суммы), и работают с теми клиентами, которых банки не кредитуют. [4]

Рынок микрокредитных организаций исторически возникнул в Российской Федерации в конце 2000г. на основе использования зарубежной практики, но только в 2010 г данная деятельность получила законодательное оформление в виде ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" (далее - Закон N 151-ФЗ)

Определение договора микрозайма содержится в ч. 1 ст. 2 Закона N 151-ФЗ. Под микрозаймом законодатель понимает договор займа, сумма которого не превышает предельный размер обязательств заемщика перед займодавцем по основному долгу, установленный Законом N 151-ФЗ. То есть договор микрозайма является видом договора займа, и соответственно, на него распространяются все нормы гл. 42 ГК РФ, регулирующие отношения по договору займа.

Даже не прибегая к обману в своей деятельности и следуя букве закона, микрофинансирование поддается строгой критике, как со стороны ученых, так и со стороны пользователей данной деятельности. Большие проценты за пользование займом, штрафы, неустойки, пени - за просрочку. А говоря прямо, критике поддается законодательство об этой деятельности. В средствах массовой информации часто поднимаются вопросы о незаконных действиях лиц, которые занимаются взысканием просроченной задолженности по договорам микрозаймов. Вопросы регулирования предоставления таких займов поднимались на заседании Президиума Государственного Совета Российской Федерации 18.04.2017. [5]

Несмотря на, казалось бы, полностью урегулированный вопрос, проблемы микрофинансового института остаются, и законодатель вынужден заниматься их решением.

Так Федеральный закон от 27.12.2018 N 554-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О потребительском кредите (займе)" и Федеральный закон "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" внес ряд ограничений. Рассмотрим основные из них:

Во-первых, с 1 января 2019 года ежедневная ставка по займу не может превышать 1,5% (547% в год), а с 1 июля эта цифра снизится до 1% (365% в год);

Во-вторых, с 1 июля 2019 года максимальная сумма долговых обязательств 2,5 уменьшится до 2-х кратного объема к первоначальному займу. (К примеру, если заемщик просрочил заем в 12 тысяч рублей, то займодавец не может взыскать более 24 тысяч рублей);

В-третьих, размер максимальных начислений зависит от суммы займа. С 1 января 2019 года он составляет 200 %, а с 1 июля будет составлять 100%. Так, например, если заемщик просрочил свой заем в размере 15 тысяч рублей, максимальный штраф будет составлять 30 тысяч рублей, в сумме он должен будет выплатить 45 тысяч рублей. С июля сумма выплаты будет составлять 30 тысяч рублей.

Но даже из приведённых ограничений видно, что процентные ставки и штрафные санкции остаются в достаточно крупных размерах. Выбирая микрофинансовую организацию, заемщику нужно обратить внимание на следующее:

1. Зарегистрирована ли организация в Государственном реестре микрофинансовых организаций. Данную информацию можно проверить на официальном сайте Банка России;

2. Возможность ознакомиться со свидетельством о регистрации микрофинансовой организации Банком России непосредственно в офисе организации;

3. Микрофинансовая организация должна раскрыть полную стоимость кредита, то есть переплату.

Лучше сравнить процент переплаты в нескольких организациях и выбрать более оптимальный вариант. Дополнительные услуги посредников, просьбы о предоплате на нотариальные услуги, взнос за членство в кредитном кооперативе, заполнение анкет в нелегальных онлайн микрофинансовых организациях, после заполнения анкеты на сайте, мошенники имеют все данные для того, чтобы повесить долг без ведома клиента.

Даже в легальных организациях довольно часто используется невнимательность граждан при прочтении договора и незнание закона.

Поэтому, даже после внесения изменений в текущее законодательство, регулирующее микрофинансовую деятельность, остаётся множество проблем, которые требуют решения.

1. Ограничить перечень предоставления дополнительных услуг за отдельную плату, а также ограничить их стоимость.

2. Установить процедуру реструктуризации задолженности, в случае возникновения просрочки.

3. Установить обязательность оценки платежеспособности заемщика.

4. Уменьшить проценты за пользования микрозаймом.

5. Установить запрет на заключение договора с заемщиком, у которого уже имеется просрочка исполнения обязательства иному договору займа или кредита.

Подводя итог, следует сказать, что несмотря на пробелы в законодательстве, мошенничество и финансовую неграмотность заемщиков, институт микрофинансовой деятельности в

настоящее время очень важен. Многие научные деятели высказывают мнение о том, чтобы во все отказаться от данного института. Но, на наш взгляд, запрет на данный вид деятельности, не решит проблему. Любой спрос рождает предложение, а значит появится все больше нелегальных организаций, что потребует дальнейшего законодательного урегулирования.

Список используемых источников:

1. «Займы до зарплаты»: потребность, преимущества, риски [Электронный ресурс] / ВЦИОМ - Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9060>, свободный.
2. Обзор ключевых показателей микрофинансовых организаций за III квартал 2016 года [Электронный ресурс] / Центральный Банк России - Режим доступа: http://www.cbr.ru/finmarkets/files/supervision/review_mfo_16-q3.pdf, свободный.
3. Лозицкая, О.И Финансовая неграмотность бьет по карману [Электронный ресурс] / Национальный исследовательский университет “Высшая Школа Экономики” - Режим доступа: <https://iq.hse.ru/news/205933107.html>, свободный.
4. Кочетков, И.А. комментарий к исследованию “Займы до зарплаты”: потребность, преимущества, риски [Электронный ресурс] / ВЦИОМ - Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9060>, свободный
5. Заседание президиума Госсовета по вопросу развития национальной системы защиты прав потребителей [Электронный ресурс] / Сайт Президента России - Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/54328>, свободный.

УДК 330.657

Трифанова А.А.
Омская юридическая академия (г.Омск)

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается финансовая грамотность населения России. Анализируются её проблемы и возможные пути повышения финансовой грамотности.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансы, финансовое образование.

Trifanova A.A.
Omsk Law Academy (Omsk)

FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION IN THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. The article discusses the financial literacy of the population of Russia. Analyzed its problems and possible ways to improve financial literacy.

Keywords: financial literacy, finance, financial education.

В последнее время все чаще и чаще поднимаются вопросы, связанные с довольно низким уровнем финансовой грамотности населения всех стран в целом и России в частности.

Управление финансовыми ресурсами всегда было непростой задачей, особенно сложной она становится в последнее время, когда все сферы жизни общества тесно переплетены и постоянно влияют друг на друга не только в пределах одной страны, а целого мира. Вести правильно бизнес или же просто следить за домашним бюджетом, не зная многих экономических и финансовых аспектов, не представляется возможным. Только тот человек, который знаком с основными понятиями и умеет использовать их на практике, сможет рационально управлять своими собственными средствами. Это касается ведения учета доходов и расходов, избегания долгов, планирования бюджета, создания сбережений, правильного получения кредитов и т.п.

Особенно уязвимы люди пенсионного возраста. Сегодня сложно удивиться, увидев сюжет в телевизионной передаче, в котором рассказывают, как мошенники забрали личное имущество,

особенно остро стоит проблема с квартирами, у пожилого населения. Людям среднего возраста финансовая грамотность позволит выбрать оптимальные стратегии накопления денежных средств на пенсию, умело применять денежные инструменты, которые экономят время и усилия, эффективно распоряжаться имеющимися экономическими ресурсами. Для молодежи будут актуальны вопросы, связанные с правильным управлением своего бюджета и сбережений, а так же приобретение жилья. Дети - в приобретении представления о значении средств и семейном бюджете. Финансово квалифицированные люди в большей степени защищены от денежных рисков и внезапных обстоятельств на рынке.

Для выявления способов по улучшению и повышению количества и качества знаний в экономической сфере необходимо указать, что из себя представляет такое понятие, как финансовая грамотность.

Финансовая грамотность — это способность индивида получать, понимать и оценивать существенную информацию, необходимую ему для принятия решений с осознанием возможных последствий своих действий в области финансов [2]. Знание ключевых финансовых понятий и умение их использовать на практике дает возможность человеку грамотно управлять своими денежными средствами. А также ориентироваться в сложных продуктах, предлагаемых финансовыми институтами, и приобретать их на основе осознанного выбора, использовать накопительные и страховые инструменты. Так же стоит отметить тот факт, что общий уровень финансовой грамотности всего населения страны во многом определяет ее экономическое развитие.

Проблема низкого уровня владения финансовой информацией среди населения России впервые была затронута в высших эшелонах власти в 2006 году на встрече в Санкт-Петербурге министров финансов G8. В дальнейшем появился ряд нормативных документов и законодательных актов Правительства РФ.

Большой отпечаток на развитии финансовой грамотности нашего населения оставили исторические особенности развития. Поскольку на путь развития рыночной экономики Россия ступила сравнительно недавно, люди не успели перестроиться на новую модель экономики, в которой необходимо обладать большим багажом знаний, касающихся финансов и управления ими.

Россияне слабо знакомы со своей кредитной историей, не успели оценить плюсы планирования семейного бюджета, часто не способны адекватно оценить собственные возможности по обслуживанию кредитов, а так же не заинтересованы состоянием пенсионных накоплений. Из этого видно, что финансовая грамотность населения нуждается в развитии, поскольку пагубный эффект от такого незнания отражается не только на одном конкретном жителе, а на банках и государстве в целом.

По оценкам Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), более половины населения (56%) не ведет учета своих доходов и расходов, а более 73% граждан России не имеет никаких сбережений [3]. Одним из рисков, связанных с низким уровнем финансовой грамотности, заключается в том, что физические лица, получившие кредиты, в силу своей финансовой неграмотности могут оказаться неспособны выплатить полученные кредиты.

Как показывают социологические исследования ФОМ, уровень практический финансовой грамотности среди граждан, получивших хотя бы один кредит, остается на крайне низком уровне. В сложившейся ситуации выделяется факт того, что более 15% заемщиков - физических лиц - считает, что невозврат банковского кредита не является преступлением. Еще более серьезно стоит обратить внимание на отношение граждан к страховым компаниям, обман которых не считают преступлением более 28% респондентов [4].

По итогу проблема низкого уровня финансовой грамотности служит причиной для появления серьезных последствий, а именно:

- появляются препятствия в социально важных сферах жизни общества и добровольного медицинского страхования на уровне страны;
- люди становятся некомпетентными в денежных проблемах, что является почвой для роста мошенничества в стране;

- растет число людей, не доверяющих государству во многих аспектах развития страны, что составляет конкуренцию перед другими странами и много другого.

Большая часть населения России принимает решения по управлению своими финансами не на основе анализа полученной информации о сложившейся ситуации на рынке, а в зависимости от отзывов знакомых или заинтересованных сотрудников финансовых учреждений. Следует отметить тот факт, что в Российской Федерации достаточно низкий уровень информированности населения о том, какими правами они обладают, выступая потребителем финансовых услуг и как их защищать в случае нарушений. Приведем пример: свыше 60 % семей не знают об обязанности банков раскрывать информацию об эффективной процентной ставке по кредиту, лишь 11 % осведомлены об отсутствии государственной защиты в случае потери личных средств в инвестиционных фондах. Порядка 28 % населения не признает личной ответственности за свои финансовые решения, считая, что государство обязано возместить полный ущерб [2].

В современном мире низкий уровень финансовой грамотности является опасным. Сейчас у многих имеется право стать инвестором. Инвестиционные продукты постоянно становятся доступнее, но достаточных знаний для правильного использования финансовых благ у населения не хватает знаний. Возьмем наиболее распространенные услуги: потребительские кредиты, кредитные карты, ипотека. На сегодняшний день огромному числу людей приходится заниматься планированием собственного бюджета, принимать сложные кредитные и инвестиционные (включая пенсионное накопление) решения. Обладая низким уровнем финансовой грамотности, миллионы людей оказываются в невыгодном для себя положении, принимая крайне невыгодные решения, которые в будущем будут сказываться не только на каждой отдельной семье или гражданине, но и на всем обществе и государстве в целом.

Как факт на сегодняшний день не редким явлением является непонимание многих терминов, которые присутствуют в договорах с финансовыми компаниями. Около трети россиян подписывают договоры вне зависимости от понятности смысла текста или вовсе, не читая документ, полагаясь лишь на слова сотрудников банков и иных финансовых учреждений. Еще более удивительным фактом является то, что у 31 % граждан отсутствует опыт подписания подобных договоров. Следствием низкого уровня финансовой грамотности является риск повышения криминальной обстановки на финансовых рынках, а так же стимулирование нелегального бизнеса. Неграмотные потребители чаще других становятся жертвами мошенников [2].

Для российского гражданина понятие финансовой пирамиды уже не является новым, тем не менее, многие все еще попадают на подобные мошеннические схемы. После неудачных вложений и потери денег на этом люди не желают рисковать вкладывать денежные средства, как в банки, так и в фондовые рынки.

Не редким явлением для современного человека является нерациональное использование личного или семейного бюджета. Люди приобретают ненужный товар, руководствуясь ежеминутным порывом. Впоследствии покупка может не использоваться, отняв часть денежных средств из бюджета. Доля таких трат может составлять ощутимый процент от общих ежемесячных расходов.

В современном мире люди все чаще стали задаваться вопросом о том, как и где лучше хранить свои сбережения. Половина населения, имеющего денежный запас, не пользуется финансовыми инструментами для их хранения. Денежные средства, которые хранятся дома, подвержены многим рискам, например, могут быть потрачены, украдены или же обесценены инфляцией. В то же время банковский вклад снизит потери от инфляции, сбережет от спонтанных трат, а наличие системы страхования гарантирует сохранность денег даже в случае ликвидации банка.

Неосведомленность или пренебрежительное отношение к использованию налоговых льгот лишает многих возможности вернуть процент потраченных денежных средств. Законодательство дает возможность получить налоговый вычет с заработной платы при наличии детей, имущественный вычет при покупке недвижимости, социальный вычет при оплате за обучение или лечение.

Из всего вышесказанного следует, что отсутствие необходимого уровня финансовой грамотности влечет за собой пагубное воздействие и на потребителей финансовых услуг, и на государство, и на частный сектор, и общество в целом. По этой причине крайне важным направлением государственной политики должно являться повышение уровня финансовой грамотности населения своей страны.

Положительные эффекты от повышения общего уровня финансовой грамотности населения:

- повышение общего уровня жизни;
- развитие экономической составляющей страны;
- минимизация социальной нагрузки и принятие гражданами ответственности в вопросах финансовой независимости;
- улучшение социальной сферы жизни общества;
- развитая система валютных рынков и страхования;
- повышение уровня финансовой культуры.

Данные эффекты необходимы любому государству, поэтому для их получения должны быть разработаны соответствующие документы и программы. Так в концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года осведомленность граждан в финансовых вопросах упомянута в приоритетных направлениях разработки источников экономических вливаний. Данный документом финансовая грамотность рассматривается как один из способов развития экономики. Согласно данной стратегии программа по повышению грамотности населения должна длиться около пяти лет, а вначале предусмотрена реализация ее в нескольких российских регионах [1].

Для повышения уровня финансовой грамотности необходимо выполнить следующие пункты:

- создать систему эффективных и доступных информационных ресурсов в области финансовой грамотности и защиты прав потребителей финансовых услуг, провести масштабную информационную кампанию;
- разработать и распространить широкий спектр информационных материалов по защите прав потребителей финансовых услуг;
- четко и правильно продумать образовательные программы, которые необходимо делить по возрастам. Так в младших классах проводить интерактивные игры, в старших классах подключать к интерактиву рассмотрение различных финансовых продуктов, их плюсы и минусы. В высших учебных заведениях изучать специализированные финансовые инструменты;
- необходимо создать независимых страховых брокеров, которые будут получать деньги от самого клиента и в зависимости от качества оказанных услуг;
- необходимо давать населению в рамках обучающих курсов терминологию привычную для финансовых инструментов;
- научить правильно читать документы и осознавать последствия принятия на себя ответственности за различные действия [1].

Такие занятия должны быть системными, обзорными, и добровольными. Необходимо, прежде всего, заинтересовать, и показать значимость такой информации и возможности применения в жизни, иначе такие программы могут стать формальными, скучными, или получить отторжение.

Таким образом, можно говорить о том, что проблема безграмотности россиян является серьезной и на данном этапе нуждается в эффективном решении. Поэтому необходимы разносторонние методы для борьбы с ней. Особенно важно, чтобы работа и методы науки, власти, бизнеса и других сфер не шли вразрез, а работали сообща. То есть развивали и поддерживали начатое дело, создавали новые возможности и принимали активную позицию для решения проблемы.

Список используемых источников:

1. «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Минфин России.— Режим доступа: <http://www.minfin.ru/ru/om/fingram/about/targets/>, свободный.
2. Милославский В. Г., Герасимов В. С., Транова В. А., Герасимова О. С., Хейлык И. А. Финансовая грамотность населения: проблемы и перспективы // Молодой ученый. — 2016. — №4. — С. 452-456.
3. НАФИ Финальный отчет 07.04.2008г [Электронный ресурс] / НАФИ. —Режим доступа:https://www.docme.ru/doc/29187/nafi-final._nyj-otchet-07.04.2008/, свободный.
4. Концепция Национальной программы повышения финансовой грамотности населения. Идеология Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации [Электронный ресурс] / ФСФР России.— Режим доступа:<http://www.educore.ru/konczepczya-finansovoj-gramotnosti/2/>, свободный.

Научное издание

ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Часть II

**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО–ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
19 АПРЕЛЯ 2018 г.**

ISBN 978-5-6042662-1-2



9 785604 266212

Подписано в печать 20.05.2019 г. Формат 210 x 297 (А4). Усл. печ. лист. 33,88
Бумага офсетная 65 – 70 г/м². Печать на дубликаторе
Тираж 2000 экземпляров (350 стр.), 2019 г.

Типография Омского филиала Финуниверситета
644099, г.Омск, ул.Партизанская, д.6, тел. (3812) 233–440